UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO"

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Macas Tusa Noemí Esperanza

DIRECTOR:

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.

LOJA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE
DIRECTOR DE TESIS.

C E R T I F I C A:

Que, el presente trabajo de tesis titulado ***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO"*** *elaborado por la postulante* **Macas Tusa Noemí Esperanza**, previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Junio de 2014

Atentamente,

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo Noemí Esperanza Macas Tuza declaro ser autor 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.

AUTOR: Noemí Esperanza Macas Tuza

FIRMA: .....

CÉDULA: 1600377582

FECHA: Loja, Junio de 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Noemí Esperanza Macas Tuzadeclaro ser autora de la tesis titulada ***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO"***como requisito para optar al grado de **Ingeniera Comercial**, por lo que autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos muestre al mundo la publicación intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país (RID) y del exterior, con las cuales mantenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de esta tesis que realice una tercera persona.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 18 días del mes de junio del año dos mil catorce, firma la autora:

Firma:
Autora: Noemí Esperanza Macas Tuza
Cedula:1600377582
Dirección: Tena, Barrio Bella Vista
Correo electrónico: noemimacas@yahoo.es
Celular: 0995676962

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.

Tribunal de Grado:

Ing. LolytaHualpa Lima Mg. Sc.	**Presidente**
Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.	**Vocal**
Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.	**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 Ing. Edison Espinosa Bailón Director de Tesis, quien supo guiar la presente para culminar con éxito el trabajo de tesis.

Noemí Esperanza Macas Tuza

DEDICATORIA

El presente proyecto de Tesis se lo dedico a mis Padres quienes estuvieron desde el inicio de mis estudios apoyándome, a mi esposo que estuvo a mi lado en todo momento y a mis hijos Paula, Adriana y Jr., siendo mi fuente de inspiración y superación.

Noemí Esperanza

a) TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO”

b) RESUMEN

El presente proyecto de tesis intitulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO”, surgió como necesidad de aprovechar la materia prima existente en la provincia de Napo, por tal motivo se plateó como objetivo de la presente investigación realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa productora de Harina de Chonta en la provincia de Napo.

La implementación de una empresa productora de Harina de Chonta en la provincia de Napo permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo, el Método Inductivo. Analítico; y el Método Estadístico, los mismos que permitieron el desarrollo adecuado de la investigación, además permitieron llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración del mismo.

En el estudio de mercado realizado en la provincia de Napo, con una muestra de 394 familias para la demanda y 400 establecimientos para la oferta; cuales fueron tabuladas las encuestas de la demanda, se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 19.546 familias, la Demanda Real 19.155 familias, Demanda Efectiva 18.772 familias, las cuales tienen un promedio de compra de 14,66 libras de Harina de Chonta al año esto determina 308.616 libras de Harina de Chonta. La Oferta es de

238.377 libras de Harina de Chonta y la Demanda Insatisfecha de 70.239 libras de Harina de Chonta, 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 del producto.

La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de ofrecer 39.918 libras de Harina de Chonta y cuya capacidad utilizada será de 23.951 libras de Harina de Chonta, de los cuales se utilizara el 40% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 23.951 libras de Harina de Chonta, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Tena en el Barrio Santa Inés Km 1 ½ vía Tena Archidona. El proceso del producto se determina 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.

El proyecto alcanza una inversión de 23.647,73 dólares y se financiará con un aporte de los socios el 57,71% del total de la inversión que corresponde a 13.697,73 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con la Cooperativa 29 de Julio que

constituirá el 42,29% que corresponde a 10.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 65.925,93 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 67,53%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 6 meses y 18 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 28% y disminuidos en un 19,99%, respectivamente, es decir, el proyecto no es sensible.

En las conclusiones y recomendaciones más importantes se determina que es factible la implementación del Proyecto de "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO", por todo lo mencionado en los párrafos anteriores; y por tanto se generaría fuentes de trabajo en el cantón y por ende los ingresos económicos para las familias que directa o indirectamente estén participando en el proyecto y de forma particular para quienes son miembros de la empresa.

ABSTRACT

This thesis project entitled "PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF FLOUR IN THE PROVINCE CHONTA NAPO" emerged as a need to leverage existing raw material in the province of Napo, for this reason it plated objective of this research make a feasibility study for the creation and implementation of a producer of flour Chonta in the province of Napo.

The implementation of a producer of flour Chonta in Napo Province allowed the application of different methods and techniques that enables research, as the Deductive Method, Inductive Method. Analytical, and Statistical Method, which allowed them adequate development research also possible to reach the culmination of this work and that to do this he had to follow the steps of application, understanding and demonstration of the same.

In the market study in the province of Napo, with a sample of 394 families for the demand and supply 400 establishments, which were tabulated demand surveys have been analyzed and the results have been inferred and then make the market analysis, determining the potential demand 19,546 families, 19,155 families Real Demand, Effective Demand 18,772 families, which have an average purchase of 14.66 pounds of flour determines Chonta this year 308,616 pounds of flour Chonta. The Offer is 238,377 pounds of flour Chonta Unmet Demand and 70,239 pounds of flour Chonta, which allowed us to determine that the project can and should be implemented by the results obtained in the analysis of demand, supply and levels of Product marketing.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to deliver 39,918 pounds of flour used Chonta and whose capacity will be 23,951 pounds of flour Chonta, which is used 40% of the capacity used for the first year up to 23,951 pounds of flour Chonta also determines the location of the same which will be located in the city of Tena in the Barrio Santa Ines Km 1 ½ via Tena Archidona. The process of the product is determined by quality raw material, which will guarantee for 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.

The project reaches an investment of $ 23,647.73 and will be funded with a contribution of the partners the 57.71% of total investment corresponding to $ 13,697.73 and a loan to keep the project with the Cooperative July 29 that constitute 42.29% $ 10,000 corresponding to a 10 year term at 15% annual interest.

The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of $ 65,925.93, indicating that the project or investment is suitable.

For this project the IRR is 67.53%, this value being satisfactory for the project, the time it would take to recover the original investment would be 1 year, 6 months and

18 days, for this project, the sensitivity are less than one, therefore do not affect changes in project costs and revenues increased 28% and decreased by 19.99%, respectively, ie, the project is not sensitive.

The most important conclusions and recommendations is determined that it is feasible to implement the project "PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF FLOUR IN THE PROVINCE CHONTA NAPO", for everything mentioned in the previous paragraphs; and therefore generate jobs in the county and therefore the income for families who are directly or indirectly involved in the project and particularly for those who are members of the company.

c) INTRODUCCIÓN

La inversión en la Provincia de Napo, Cantón Tena, en lo referente a empresas turísticas, de producción, de servicio y de comercialización es mínima.

La Chonta en la Provincia de Napo es producida netamente para el aprovechamiento de su madera, por cuanto es utilizada por artesanos para la fabricación de sillas, adornos y como bases para la construcción de casas de madera, no para el aprovechamiento de su fruto, el mismo que es consumido al natural, existiendo una sobre oferta en los mercados locales en temporada. Es por ello que se ha visto pertinente la creación de una Empresa de Producción de Harina de Chonta; La empresa tiene como objetivo principal suplir la necesidad de abastecer a la Provincia de Napo y sus alrededores de un producto nutritivo y de alta calidad alimenticia como es la harina de chonta, la misma que tiene como materia prima esta fruta típica de la Amazonía Ecuatoriana. La empresa en si se dedicara a la producción de dicho producto, por cuanto no existe en el mercado y esta fruta es de consumo masivo en esta provincia, el producto será expendido en diferentes presentaciones para que esté al alcance de todos.

Al realizar el estudio de mercado, se determinó que la competencia para la empresa que se pretende implementar en la provincia de Napo es alta en comercialización ya que no existe una empresa legalmente constituida en la producción de Harina de Chonta, una buena gestión en la aplicación de los procesos administrativos mediante ejecución objetiva del Plan de comercialización y monitoreo permanente de los

indicadores cualitativos y cuantitativos del proyecto permitirá que las familias de la provincia de Napo sean clientes fieles por los productos que fabrique la empresa.

A través del Estudio Técnico, se concretó la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha que es realmente muy alta, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la Harina de Chonta para lo cual se determinó calidad, cantidad y servicio.

En el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre, miembros y sus aportes para la empresa y se sugiere un Manual de Funciones de los puestos para el personal. Gracias a este estudio se determinó el número del personal administrativo, operativo, de apoyo y auxiliar.

Se realizó un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto, financiamiento, costos e indicadores cuantitativos y se elaboró los cuadros de presupuestos y sus respectivas amortizaciones.

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

CHONTA.

“El fruto de la chonta se le denomina el chontaduro, que es una componente esencial de nuestra cultura, pero más allá de eso tiene unas bondades enormes en aporte de proteínas, aceites, vitaminas liposolubles y minerales. Es como una pequeña fábrica nutricional y probablemente el alimento más balanceado del trópico", según concepto de la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos de América, asegura.

Usando técnicas analíticas como la cromatografía de gases, espectrometría de masas y análisis de absorción atómica, estudiantes del Departamento de Química de la Universidad del Valle, se tomaron muestras de chontaduro y las sometieron al mismo proceso de cocción que emplean las tradicionales vendedoras de este fruto. Para efectos de la investigación, secaron el fruto a 60 grados centígrados y lo procesaron en un molino de martillo hasta obtener una harina fina.”[1]

[1] Diccionario, Producción Agrícola, Edic. II, Pág. 101

“Esta harina se empleó para llevar a cabo las pruebas de laboratorio que permitieron separar cada uno de los compuestos y características del chontaduro como humedad, ceniza, fibra, proteína, grasa, vitaminas y minerales.

Se tomaron muestras de las cuatro variedades del chontaduro que existen en la región. las variedades utilizadas fueron la Bactris gasipaes (H.B.K (Debido a desacuerdos taxonómicos, el chontaduro es llamado Bactris gasipaes H.B.K. en el mundo científico, y es conocido por otros nombres locales o comunes, siendo los principales cachipay o chontaduro en Colombia y Ecuador, pejibaye o pejiballe en Costa Rica y en Panamá, pijuayo en Perú, piriguao o macana en Venezuela, y pupunha en Brasil.)), oriunda de la costa pacífica vallecaucana y nariñense, y la Macana proveniente del Departamento del Cauca. Las muestras fueron separadas en tres grupos principales: color rojo, color amarillo y color verde.

El profesor quien ha estudiado este fruto por más de diez años, explica que el potencial nutricional del chontaduro es tan alto que como planta típica de la región podría enriquecer la dieta de la población ecuatoriana.”[2]

"Al chontaduro no se le ha dado suficiente importancia científica y este fruto es de un valor nutricional enorme, tanto que los análisis químicos revelan que posee una

[2] Diccionario, Producción Agrícola, Edic. II, Pág. 101

composición de aminoácidos esenciales que lo equipara al huevo y otros alimentos completos, por esto es que se le puede considerar como una alternativa para una explotación a escala industrial y doméstica".

El contenido de grasa del fruto hace de éste una fuente importante de ácidos grasos poliinsaturados tipo omega 3 y omega 6 (linoleico, linolénico) esenciales para la nutrición, crecimiento, desarrollo hormonal y disminución del colesterol.

Otros de los resultados arrojan se refieren a que el chontaduro es rico en minerales indispensables en la dieta, como calcio, hierro, zinc y cobre, además posee una alta concentración de betacaroteno (precursor de la vitamina A), una poderosa molécula antioxidante.

Los hallazgos del estudio permiten establecer que este fruto típico de esta región puede ser una alternativa alimenticia que aún no ha sido muy explorada, ni considerada. De acuerdo con el profesor Restrepo, el alto valor nutricional de este fruto es una razón por la cual muchas organizaciones internacionales han mostrado interés por su explotación y cultivo."[3]

[3] Diccionario, Producción Agrícola, Edic. II, Pág. 101

MARCO TEÓRICO

Empresa.- "Grupo social en el que a través de la administración de capital y el trabajo se producen bienes y los servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

Empresario.- Actividad de un individuo u organización que implica producción, comercio y / o servicios.

Servicios.- Los servicios constituyen una de las actividades tipificadas del sector terciario en un subsector que engloba un grupo heterogéneo de ocupaciones indispensables para el funcionamiento económico. El sector servicios incluye subsectores tales como: Transporte, educación, comunicación, comercio, turismo, seguros, banca y profesionales liberales.

Organización.- La transformación de una organización es la utilización plena del poder intelectual del empleado, la sistemática eliminación del desperdicio y el retroceso, la apreciación de la variación inherente de un proceso, todos los esfuerzos son parte de un sistema; no se puede cambiar una parte sin que se afecten las otras."[4]

Empleado.- Vocablo de sentido general que abarca todas aquellas personas que trabajan por un sueldo o salario, que presta sus servicios a un empresario.

FACTIBILIDAD

Estudio de factibilidad también Estudio de viabilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto),

---

[4] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 4ta. Edic., 2004

tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

COMPONENTES

Los Componentes de un estudio de Factibilidad son:

Estudio de Mercado

Estudio Técnico

Estudio Administrativo, y

Estudio Financiero

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

"Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, 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 la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias".[5]

El objetivo del estudio de Proyectos de Inversiones introducir los conceptos básicos de una técnica que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativamente y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa.

Es un instrumento de decisión que determina que si el proyecto se muestra rentable debe implementarse pero que si no resulta rentable debe abandonarse. Nuestra

[5] VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991

opción es de qué se debe tomar como una posibilidad de proporcionar más información a quien debe decidir.

El proyecto surge como respuesta a una idea que busca ya sea la solución del problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema.

Si se desea evaluar un proyecto de creación de un nuevo negocio, ampliar instalaciones de una industria, o remplazar tecnología, cubrir un vació en el mercado, lanzar un nuevo producto, proveer servicios, etc. Tal proyecto debe evaluarse en términos de conveniencia, de tal forma que se asegure que habrá de resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. La optimación se inicia antes de preparar y evaluar un proyecto. En efecto al identificar un problema que se va a solucionar con el proyecto o una oportunidad de negocios que se va a aprovechar con él deberá, prioritariamente, buscarse en todas las opciones que conduzcan al objetivo. Cada opción será un proyecto. En una primera instancia se preparará el proyecto, es decir se determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En segunda instancia se evaluará el proyecto, o sea se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la preinversión."[6]

[6] ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991

Múltiples factores influyen en el éxito o fracaso de un proyecto; en general podemos señalar que si el bien o servicio producido es rechazado por la comunidad, esto significa que la asignación de recursos adoleció de efectos de diagnóstico o de análisis, que lo hicieron inadecuado para las expectativas de satisfacción de las necesidades del conglomerado humano.

Los cambios en el contexto político pueden generar transformaciones cualitativas y cuantitativas en los proyectos en marcha.
La inestabilidad de la naturaleza, el entorno institucional, la normativa legal de muchos factores hace que la predicción perfecta sea un imposible.

La toma de decisiones asociadas a un proyecto.- No existe una concepción rígida definida en términos de establecer mecanismos precisos en la toma de decisiones asociadas a un proyecto. No obstante, resulta obvio señalar que la adopción de decisiones exige disponer de un sinnúmero de antecedentes que permitan que ésta se efectué inteligentemente. Para ello se requiere la aplicación de técnicas asociadas a la idea que da origen a un proyecto y lo conceptualicen mediante un raciocinio lógico que implique considerar toda la gama de factores que participan en el proceso de concreción y puesta en marcha de éste. Lo fundamental en la toma de decisiones es que se encuentre cimentada en antecedentes básicos concretos que hagan que las decisiones se adopten concienzudamente y con el más pleno conocimiento de las

distintas variables que entran en juego, una vez valoradas permitirán adoptar las mejores decisiones posibles.[7]

La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resultan del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación.

El marco de la realidad económica e institucional vigente en un país será lo que defina en mayor o menor grado el criterio imperante en un momento determinado para la evaluación de un proyecto, cualquiera que sea el marco en que el proyecto esté inserto, siempre será posible medir los costos de las distintas alternativas de asignación de recursos a través de un criterio económico que permita, en definitiva conocer las ventajas y desventajas cualitativas y cuantitativas que implica la asignación de los recursos escasos a un determinado proyecto de inversión.

La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que una determinada inversión pueda tener para la comunidad de un país en su conjunto."[8]

ESTUDIO DEL MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

---

[7] VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991

[8] ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

"El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado".[9]

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.[10]

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Los componentes del objetivo son: Análisis del sector económico al cual se va a entrar, análisis del mercado propiamente dicho, estrategia de mercadeo.

Con el análisis del resultado del sector económico en el que se pretende entrar, se debe conocer: La estructura actual y perspectivas de crecimiento del sector; tendencias socioeconómicas, culturales o políticas que tienen incidencia en el sector;

---

[9] VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991
[10] ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España

estabilidad económica del país y ciudad, ¿hay inversiones?, ¿está creciendo el sector?; existen barreras para el ingreso de empresas en el sector; se hallan los suficientes clientes y proveedores de modo que hagan atractivo al sector; se motiva la inversión, etc.

Existen principales funciones dentro de la empresa y son:

- Características del bien o servicio.
- El uso para el que fue concebido.
- Los similares sustitutos o complementarios.
- Productos competidores.
- Factores que lo diferencia con relación a los competidores.
- Cuidados especiales.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA "La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".[11]

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".[12]

Conocer la demanda es uno de los requisitos más importantes de mercadeo, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio. En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como:

---

[11] Del libro: Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 10.

[12] REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 1982

Los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios; segmentados por actividad, edad, sexo ubicación geográfica, ingresos, etc.

Posibilidades de consumo

Aparte de ello, se deben conocer los gustos y preferencias pues estos varían dependiendo el segmento.

A la relación inversa existente entre el precio un bien y la cantidad de demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la cantidad demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio, de le suele denominar en economía la **ley de la demanda.**

ANÁLISIS DE LA OFERTA

"Define la oferta como la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".[13]

Se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar. Al hacer un análisis del mercado competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo el mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar.

[13] REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 1982

- Las características de los bienes o servicios suministrados por la competencia y el precio de venta prevaleciente.
- El estudio debe contener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende.
- Es conveniente realizar un cuadro comparativo entre los distintos tipos de ofertantes con sus diversos bienes o servicios, compara sus precios y la calidad ofrecidos, de preferencia investigar a cerca de los potenciales de producción, o sea saber si pueden ofrecer en mayores volúmenes y hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar.[14]

Dentro de este análisis es importante destacar el tamaño del mercado global, el tamaño del mercado específico, las estrategias de precios, de venta, estrategia promocional, de distribución, políticas de servicio, tácticas de ventas y planes de contingencia.

Mientras la tabla de demanda muestra el comportamiento de los consumidores, la tabla de oferta señala el comportamiento de los productores.

EL ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se

[14] ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991

analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.[15]

TAMAÑO DEL PROYECTO

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.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de

[15] REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 1982

aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.[16]

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados.

INGENIERIA DE PROYECTOS

FACTORES DETERMINANTES

Para determinar el tamaño de nuestro proyecto existen ciertos parámetros, entre los que tenemos:

- Las ventas

[16] NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968

- Capital

- Número de trabajadores, etc.

TECNOLOGÍA

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc; en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladotas, bordadoras, etc.[17]

PROCESOS PRODUCTIVOS

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

INFRAESTRUCTURA

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en

[17] NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968

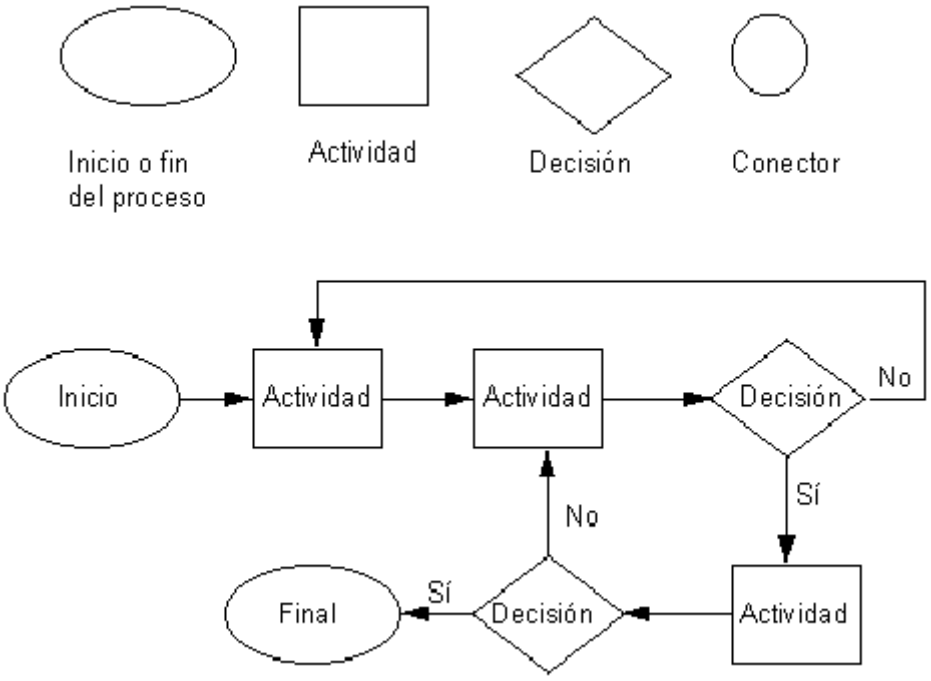
donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

FLUJOGRAMA

"EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc".[18]

[18] LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

”La estructura organizacional es clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control”.[19]

El propósito de una estructura organizacional es definir las guías, parámetros y el procedimiento necesario para un grupo para alcanzar un objetivo principal. Por ejemplo, la anatomía de una estructura organizacional, organiza prioridades en forma jerárquica.

[19] LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988

La estructura organizacional implica como un negocio por ejemplo, organiza categoriza y delega tareas para alcanzar un objetivo en particular. Determinando como un negocio está yendo para tomar decisiones y como esas decisiones son implementadas es el propósito y la esencia de la estructura organizacional.

El diagrama organizacional u organigrama muestra como los departamentos, divisiones, y varios niveles de una organización interactúan entre sí. Un diagrama organizacional es a menudo representado como una ilustración visual.

Organigrama (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional.

Es la gráfica estadística, esto es, corresponde a la radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica. También son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional.

Cadena de mando

La importancia de la estructura organizacional identifica quienes participan del proceso de toma de decisión y como estas decisiones se actualizan.

Distribución de la autoridad

Implica la determinación de como una estructura distribuye autoridad a través de un organización. Por ejemplo 1) Los subordinados están implicados en la toma de

decisiones? 2) La toma de decisiones está exclusivamente reservada para unas pocas figuras de autoridad en cada departamento?

Estructura de línea vs. Estructura de staff

Una estructura organizacional puede adoptar una estructura de línea o de staff o ambas. Una estructura de línea identifica las actividades que son responsables por el objetivo principal de la organización. Una estructura de staff es el soporte o la red de asistencia a la línea en sus objetivos.

Departamentalización

La estructura organizacional define como tareas específicas y actividades son asignadas a sus departamentos. Por ejemplo, los representantes de ventas estarán agrupados dentro del departamento o división de ventas

Control

En la estructura organizacional se define el número de empleados sobre los cuales un mando ejerce su autoridad."[20]

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Desde que se inició y se conoció la administración se sabía que era una forma de administrar recursos financieros para aséelo generar utilidades y que se mantenga en

[20] ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991

el mercado determinada empresa. Pero a través del tiempo se ha ido evolucionado la administración con diferentes conceptos a través de ella misma.

Por ejemplo tenemos lo que es la estructura administrativa que es una forma de separar cada departamento administrativo de una empresa para que tengan más claro sus actividades a realizar y tareas a manejar.

Y a través de esta forma de administrar determinando la estructura administrativa de una empresa se puede ver el desarrollo organizacional que puede tener determinada empresa.[21]

La estructura administrativa es el "**sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos**".

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

---

[21] LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988

"La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas".[22]

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

Eficacia y eficiencia en la estructura administrativa

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

Lo formal y lo informal en la estructura organizacional

La estructura organizacional presenta dos aspectos:

Lo formal. Se puede identificar con los elementos visibles, susceptibles de ser representados, modelados con el uso de diversas técnicas, que se verán más adelante, como organigramas, manuales, procedimientos, documentación de sistemas, etc.

Lo informal. Se puede identificar con lo que no se ve, lo no escrito, lo que no está representado en los modelos formales; entran aquí las relaciones de poder, los intereses grupales, las alianzas interpersonales, las imágenes, el lenguaje,

[22] LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988

los símbolos, la historia, las ceremonias, los mitos y todos los atributos conectados con la cultura de la organización, que generalmente más importa para entender la vida organizacional.

Elementos de la estructura administrativa

Los elementos de la estructura administrativa consisten en la especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán ordenados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización.

Fijación de los mecanismos de coordinación de las personas entre sí, por un lado y de las unidades o departamentos, por el otro. Existen tres mecanismos de coordinación:

- **Adaptación mutua, o comunicación informal:** Se logra a través del conocimiento de lo que cada uno debe hacer dentro de una lógica de decisiones programadas.[23]
- **Supervisión directa:** surge como consecuencia directa de la autoridad que establecerá y controlará qué, quién, cómo, cuándo y dónde debe hacerse algo.
- **Formalización o normalización:** consiste en estandarizar actividades o atributos respecto de un proceso, producto o resultado. Se plasma a través de instrumentos como los manuales, los circuitos administrativos, etc.

[23] ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991

- **Determinación del sistema de autoridad:** A través de éste se consolidarán: Los niveles jerárquicos, los procesos de toma de decisiones, las asignaciones de atribuciones (misiones y funciones) y los alcances de las responsabilidades.

Las organizaciones poseen diferentes estructuras entre sí, y una misma puede ir cambiando, conforme evoluciona su número de integrantes, la especialización, el grado de concentración de la autoridad, etc. Por lo tanto, esta puede ser modificada toda vez que las necesidades de la institución así lo requieran; debiendo guiarse por una lógica que permita el logro de la eficacia y eficiencia organizacional.

Toda organización, en función de su misión y objetivos y de acuerdo a determinados factores, como el contexto, la tecnología que emplea en sus actividades, su tamaño, etc., decidirá la forma particular de su estructura. La elección de una u otra forma definirá la filosofía que guiará el accionar organizacional, que se materializará a través de su diseño institucional, dentro del cual sus participantes verán condicionados sus comportamientos, en función de las relaciones espacio-temporales que se verifican.

Para la determinación de los niveles o escalas jerárquicas, se puede utilizar el modelo de los autores clásicos, que representa la estructura de las organizaciones como un triángulo, habitualmente llamado **"pirámide administrativa"**, en el que se determinan tres niveles: Superior o político, intermedio, ejecutivo o directivo y el inferior, técnico u operativo.

De esta manera, la estructura formal representa una cadena de niveles jerárquicos, o cadena escalar, superpuestos, formando una pirámide. En cada uno de estos se presenta una división administrativa en la cual los superiores tienen autoridad sobre los subordinados que se encuentran en los inferiores, aumentando la autoridad y la responsabilidad a medida que se asciende en la escala jerárquica.[24]

En general, cuanto más grande es la organización, mayor es el número de subdivisiones en cada renglón de su estructura. Existen tres aspectos fundamentales en la estructura: Cantidad de niveles jerárquicos, normas o reglas para acotar las tareas y centralización (o descentralización) de la toma de decisiones.

Lo que constituye las dimensiones de la estructura: Complejidad, formalización y centralización. Luego de analizar los puestos de la organización, se elaborará un proceso de síntesis, que permita la agregación de los puestos en unidades homogéneas, lógicas y consistentes. Por lo tanto, se definirán los criterios sobre los que se agruparán los puestos o unidades (departamentos) y éstas en unidades mayores (direcciones) y la dimensión de las mismas.

Departamentalización

Este concepto se refiere a agrupar tareas homogéneas, de acuerdo a algún criterio. A medida que la organización crece, el organigrama también. Es común encontrar una conjugación de diversos tipos de departamentalización expuestos no son suficientes para que a través de ellos mismos, se estructure una organización por cuanto no indican claramente como son establecidas las interrelaciones entre los diversos departamentos, ni cómo deben estar subordinados.

[24] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994

"La departamentalización busca organizar las actividades de una empresa, de forma tal que facilite el logro de sus objetivos. No es tampoco la solución ideal, pues la separación de actividades, cualquiera que sea el tipo adoptado, crea problemas de coordinación generalmente de difícil solución".[25]

La ventaja principal de la departamentalización según criterios funcionales, además de su lógica intrínseca, es la larga experiencia que existe al respecto. Por otra parte, este sistema al colocar los más altos directivos al frente de los departamentos que realizan las funciones básicas de la empresa, asegura a ésta que la realización de estas funciones será la preocupación permanente de ellos, quienes naturalmente trataran de defender el poder y el prestigio de sus posiciones, de las amenazas de su seguridad por parte de los departamentos de servicios o de los grupos de staff.

La especialización ocupacional que mantiene por funciones y por tanto una mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos, es otra ventaja de la departamentalización funcional. Otras ventajas son la facilidad de entrenamiento del nuevo personal, y de un estricto control puesto que la responsabilidad por el rendimiento económico de la empresa, se halla localizada totalmente al más alto nivel.[26]

Coordinación

Tiene como fin lograr que los diferentes departamentos funcionen como una unidad. Es el resultado de la necesidad que tienen las organizaciones de integrar diversas funciones. La misma deberá conciliarse con la necesidad de la especialización. La

---

[25] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994
[26] BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**., Edit. Continental S.A., México., 1971

falta de coordinación provoca conflictos, pérdida de control y una responsabilidad diluida por la separación entre autoridad y competencia y rechazo de la responsabilidad.

Los dispositivos que contribuyen son: la autoridad; la coordinación entre departamentos, que a su vez puede lograrse a través de: Los comités, el sistema de planificación, el manual de organización, los procedimientos, las comunicaciones laterales, las reuniones, las funciones de asesoramiento y las unidades de proyectos especiales.

Delegación: autoridad y responsabilidad

Es el proceso por el cual una persona que posee una autoridad superior otorga a otra persona una específica que, al aceptarla se responsabiliza frente al superior por el cumplimiento de la tarea.

De esta definición surge que en este proceso la única responsabilidad que se transfiere es la relacionada con las cuestiones de eficiencia y operatividad, es decir, la ejecución de acciones tendientes a la realización de las tareas. Es decir, la responsabilidad que la función exige; así como la autoridad y los medios necesarios para que la persona pueda cumplir con lo que se le ha delegado, dentro de los límites establecidos.

Por ello, quien delega autoridad conserva la responsabilidad última, lo que significa que un administración sigue siendo responsable, ante su superior, en última instancia,

por las acciones de sus subordinados a quienes se les ha delegado autoridad y transferido la responsabilidad operativa.[27]

Descentralización

Descentralizar es **"desconcentrar el poder de toma de decisiones".** La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones.

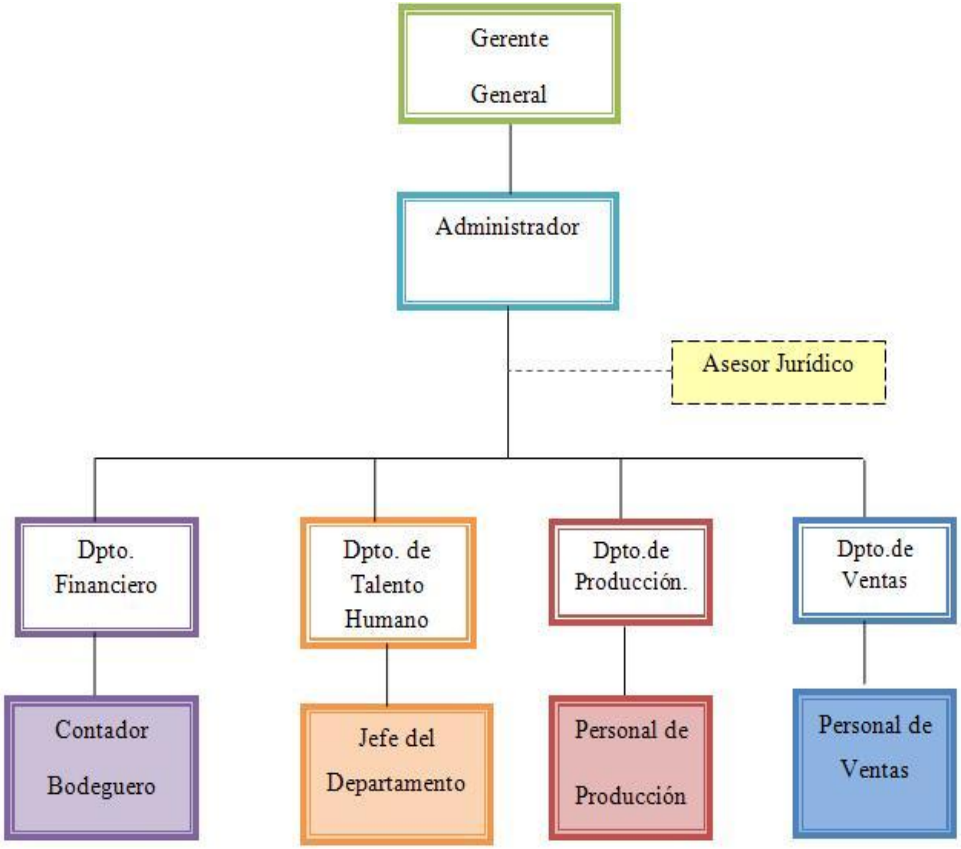
Organigrama

El organigrama es un "**modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización**". Muestra las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc.

Parámetros a respetar en el diseño de organigramas: claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en

[27] BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**., Edit. Continental S.A., México., 1971

cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas.[28]



ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.[29]

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los

[28] BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**., Edit. Continental S.A., México., 1971
[29] BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**., Edit. Continental S.A., México., 1971

cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.[30]

El objetivo central del estudio económico es la determinación de los métodos económicos del proyecto y para ello hay la necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los gastos, la utilidad y rentabilidad del proyecto.

El estudio financiero tienen efecto directo sobre el anterior y su objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y las posibilidades reales de tener acceso a dichas fuentes.

PLAN DE INVERSIONES DE UN PROYECTO

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

- 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.
- Capital de trabajo o de operación.- 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.

[30] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994

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

"El Plan de Inversión comprende la inversión en equipos: Equipo Transmisor, Sistema Radiante, Equipo de Producción, Infraestructura: Comprende la inversión en terrenos, caminos de acceso, torres, instalaciones electromecánicas, edificios, casetas, etc., equipos de oficina, computadoras, vehículos, etc., incluyendo repuestos y accesorios, fletes internos, derechos de introducción y gastos de instalación".[31]

COSTOS E INGRESOS

Costos.- tiene varias interpretaciones dentro de la literatura económica, pero se la identifica más comúnmente en relacionan con el concepto monetario y entonces lo podemos definir como los desembolsos en moneda o su equivalente, los cuales son necesarios para conseguir determinada meta.

Además de este concepto tangible o contable como pueden distinguirse otro concepto, cuya medición es más compleja, por referirse a situaciones intangibles, tales como esfuerzos o sacrificios, los cuales también se suceden para obtener esa determinada meta.

ANÁLISIS DE COSTOS

"El objetivo esencial de la misma es comunicar información financiera y no financiera a la administración a efecto de que esta pueda ejercer la planeación el control y la evaluación de los productos.

---

[31] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994

El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización".[32]

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.- "Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción".[33]

COSTOS VARIABLES.- "Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos".[34]

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

"El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa".[35]

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

---

[32] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994
[33] BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981
[34] BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981
[35] DAVALOS ARCENALES, Nelson., **Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría**., Tomo II., 1990

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 perdidas.

Los elementos del flujo de caja son cuatro:

a.- Los egresos iniciales de fondo

b.- Los ingresos y egresos de operación

c.- El momento en que ocurren estos ingresos y egresos

d.- El valor de desecho y salvamento del proyecto

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y de 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 resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio".[36]

BALANCE GENERAL

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de una empresa presentando en forma clara el valor de sus propiedades y

[36] DAVALOS ARCENALES, Nelson., **Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría**., Tomo II., 1990

derechos, sus obligaciones y su capital valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

"Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada"[37].

BALANCE DE SITUACION

"Este estado es un documento estático ya que representa la situación patrimonial de la empresa en un momento dado".[38]

Es una herramienta que utilizamos en contabilidad para conocer la situación patrimonial de la empresa. Cuando hablamos de situación patrimonial nos referimos al patrimonio de una empresa, que está formado por bienes, derechos y obligaciones.

EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN

Es el proceso de búsqueda y hallazgo de una solución inteligente al planteamiento de un problema con la intención de resolver unas de muchas necesidades humanas ya que tal acción debe tomarse con una base de decisión que justifique la aplicabilidad del proyecto, dado que la limitación de los recursos disponibles obligue a destinarlos conforme su mejor aprovechamiento.

EVALUACIÓN ECONÓMICA

"La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado".[39]

---

[37] DAVALOS ARCENALES, Nelson., **Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría**., Tomo II., 1990

[38] BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981

Se vale de algunos métodos matemáticos los cuales intentan tomar el valor del dinero a través del tiempo dentro de estos tenemos:

- **Período de recuperación de la inversión (PRI).-** consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital.

  Los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

- **Análisis beneficio-costo (A B/C)**.- de interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues dada 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

$$\text{R (B/C)} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

- **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

[39] BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981

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 utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

VAN = ΣFNA - INVERSIÓN INICIAL

- **Tasa interna de retorno (TIR).-** Se define a la Tasa Interna de Retorno, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. La tasa de descuento es el valor presente neto sea 0; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

- **Análisis de sensibilidad.-** se trata de medir si le afectan o no a un proyecto.

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

FORMULAS:

Diferencia de TIR = **TIR del Proyecto – Nueva TIR**

$$\textbf{\% de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{\% Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Para poder realizar este trabajo investigativo, se utilizaron los siguientes materiales y métodos:

MATERIALES.

DESCRIPCION
Equipo de computación
Textos
Suministros de oficina
Impresiones
Copias
Internet
Empastados

MÉTODOS

MÉTODO INDUCTIVO.- Es el proceso que va de lo particular a lo general. El método inductivo dio la pauta para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron en el proyecto.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Es un proceso que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. En base a éste método se determinó el tamaño de la muestra, con datos generales y reales de la población a nivel local la demanda real del producto y la demanda potencial.

MÉTODO ANALÍTICO - SINTÉTICO: Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

El método sintético se lo utilizó en la presente en lo que respecta a las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extrajo las leyes generalizadoras de la empresa productora de Harina de Chonta.

MÉTODO ESTADÍSTICO.- Este método se utilizó para reunir, organizar y analizar los datos numéricos de la aplicación de la encuesta y representar gráficamente; a través de éste método se pudo medir los resultados obtenidos de la encuesta, además se determinó el mayor porcentaje de los cuales permitió determinar el problema de la factibilidad de crear una empresa de producción de Harina de Chonta.

Las técnicas a utilizadas fueron:

OBSERVACIÓN DIRECTA.- Se trata de un procedimiento utilizado en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos la observación es una técnica dedicada a ver y oír hechos y fenómenos que se desean estudiar, con la observación directa se estableció la localización de la empresa.

ENCUESTA.- Su objeto fundamental es obtener información que sirva para demostrar los objetivos formulados en el proyecto. La encuesta se constituyó en una herramienta fundamental para efectuar el estudio de mercado y obtener datos sobre la oferta, demanda lo que ayudó a determinar la demanda efectiva. Esta técnica se la aplicó a los cantones de la provincia de Napo, las mismas que se las realizó por familias.

El área de influencia comprende los habitantes de los cantones de la provincia de Napo que se la proyecta para el año 2013 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con lo cual se obtiene que la población total de estudio que es de 103.697 habitantes en el año 2010.

Para el cálculo de la población proyectada se parte del hecho de tener el censo del 2010 realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 3%. :

$$pf = Po\ (1 + i)^n$$

En donde: pf = Población para 2013

po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

$pf = Po\ (1 + i)^n$

$pf = 103.697(1 + 0.03)^3$

pf = 113.312 población para el año 2013

Esta población se la divide para cuatro miembros que conforman una familia, determinado una población por familias de 28.328.

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente formula:

FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + P\,(e)^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = margen de error

$$n = \frac{28.328}{1 + 28.328\,(0.05)^2}$$

n = 394 encuestas

CUADRO 1

DISTRIBUCIÒN MUESTRAL

CANTONES	FAMILIAS 2013	PORCENTAJE %	MUESTRA
TENA	14.256	50	198
ARCHIDONA	4.524	16	63
CHACO	4.218	15	59
QUIJOS	2.115	7	29
AROSEMENA TOLA	3.215	11	45
TOTAL NAPO	28.328	100	394

FUENTE: INEC
ELABORACIÓN: La Autora

f) RESULTADOS

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

El análisis realizado de mercado se puede demostrar en los siguientes cuadros

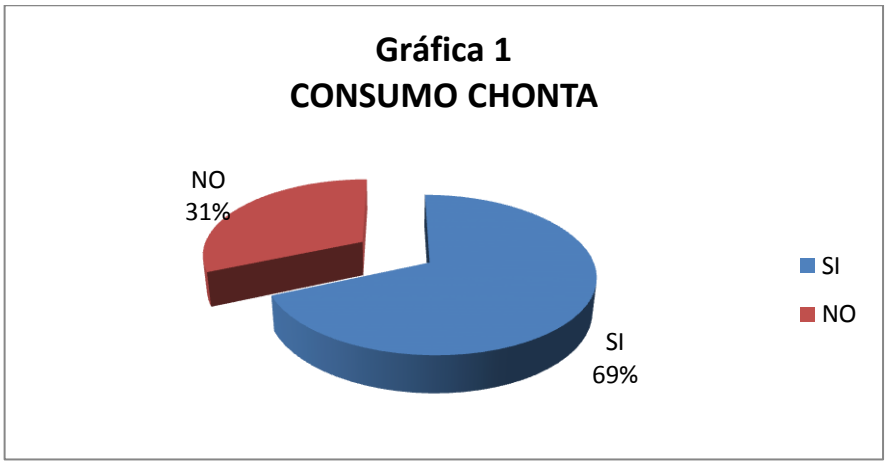
1- Ud. Consume chonta?

CUADRO 2

CONSUMO CHONTA		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**%**
SI	270	69
NO	124	31
TOTAL	394	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo

Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

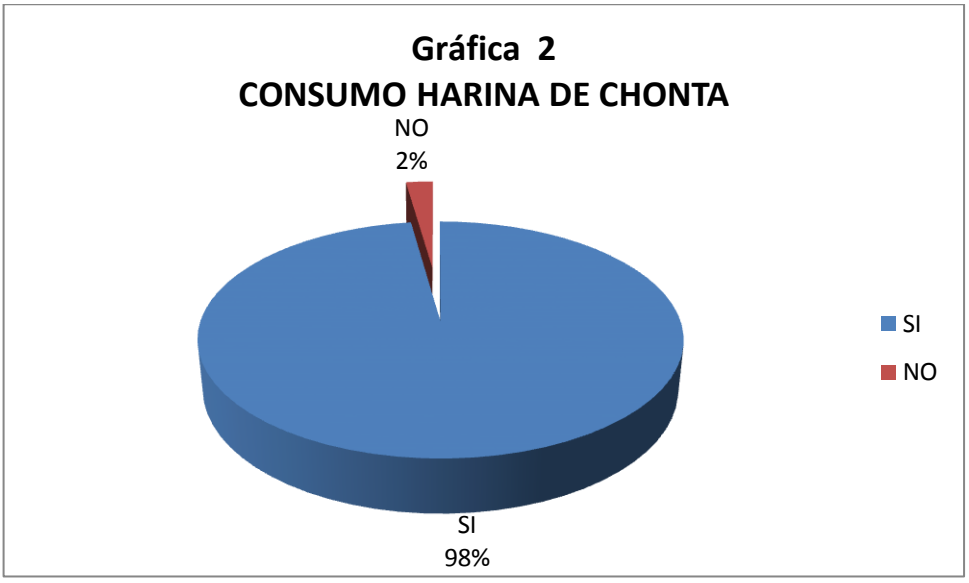
El 69% de las familias encuestadas manifiestan que si consumen Chonta; mientras, el 31% de ellas manifiestan que no, esto por gustos y preferencias. Por lo cual puedo concluir que existe una gran demanda de este producto.

2. ¿Consume usted harina de chonta?

CUADRO 3

CONSUMO HARINA DE CHONTA		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**%**
SI	264	98
NO	6	2
TOTAL	270	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere a las familias que consumen Chonta, se les preguntó si consumen Harina de Chonta, contestando el 98% que si consumen; mientras, que únicamente el 2% manifiestan que no consumen harina de Chonta. Por lo cual podemos concluir que existiría una gran demanda de harina de chonta, ya que es un producto nuevo en el mercado.

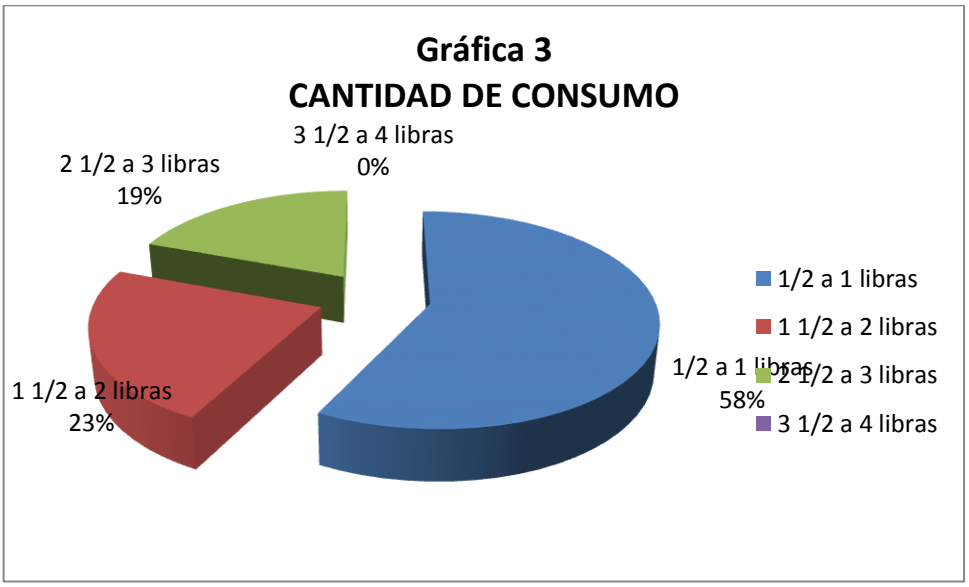
3.- ¿Qué cantidad de Harina de Chonta Consume Mensualmente?

CUADRO 4

CANTIDAD DE CONSUMO		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**%**
1/2 a 1 libras	152	58
1 1/2 a 2 libras	61	23
2 1/2 a 3 libras	51	19
3 1/2 a 4 libras	0	0
TOTAL	264	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo

Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar en el cuadro No 4 la mayoría de encuestados esto es un 58% consumen entre media libra a una libra de harina de chonta mensualmente, el 23% entre una libra y media a dos libras mensualmente; y, el 19% de 2, ½ a 3 libras mensualmente, la presente nos sirve para determinar el consumo promedio total.

CUADRO 5

CONSUMO PROMEDIO			
ALTERNATIVA	**FERCUENCIA**	**XM**	**FXM**
1/2 a 1 libras	152	0,75	114
1 1/2 a 2 libras	61	1,75	106,75
2 1/2 a 3 libras	51	2,75	140,25
TOTAL	264		361

Fuente: Cuadro Nº 4

Elaboración: La Autora

Aplicación de la siguiente formula:

$$X = \frac{\sum f.Xm}{N}$$

En Donde:

X= consumo promedio mensual

F= Frecuencia

Xm= Punto medio

N= Universo

$\sum$ = Sumatoria Total

$$X = \frac{361}{264} = 1{,}37$$ libras de harina de chonta mensual

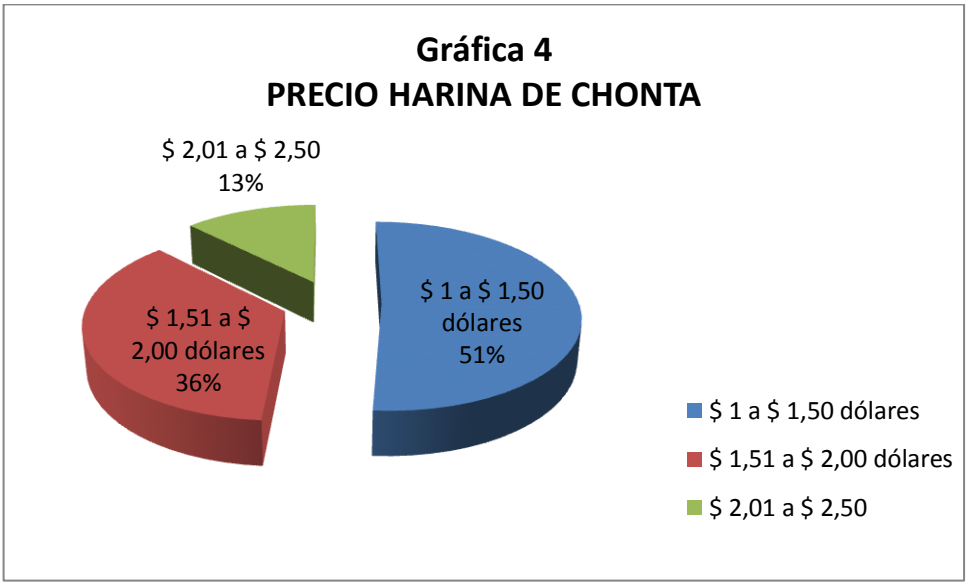
El promedio mensual por familia es de 1,37 libras de harina de chonta, el consumo anual será de 16,44 libras por familia.

4. ¿Qué precio paga por la libra de Harina de Chonta?

CUADRO 6
PRECIO HARINA DE CHONTA

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
$ 1 a $ 1,50 dólares	135	51
$ 1,51 a $ 2,00 dólares	96	36
$ 2,01 a $ 2,50	33	13
TOTAL	264	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

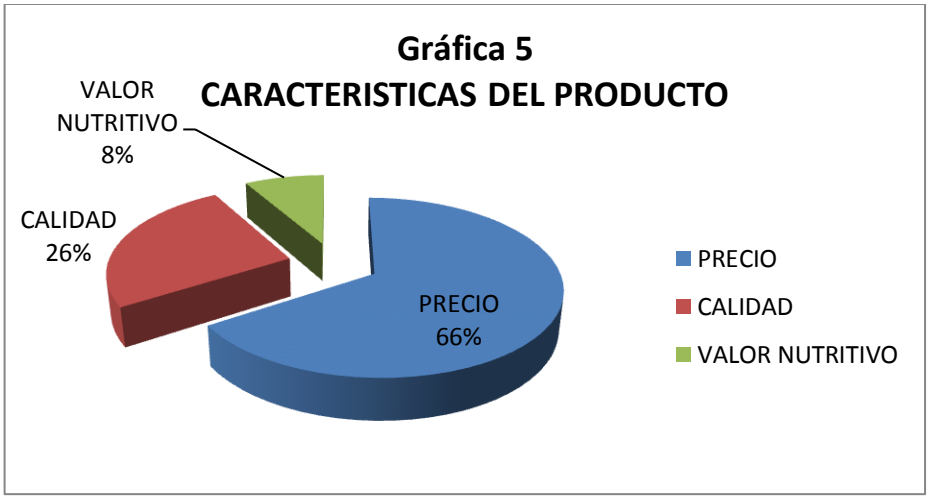
El 51% de los encuestados manifiestan que pagan entre $1,00 a $1,50 dólares por la libra de Harina de Chonta; el 36% entre $1,51 a $2,00 dólares; mientras, que únicamente el 13% pagan entre $2,01 a $ 2,50 dólares, esto determina un promedio aproximado entre $ 1,50 a $ 2,00 dólares por libra de Harina de Chonta

5.- ¿Cuáles son los factores que le determina el comprar Harina de Chonta?

CUADRO 7
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje (%)**
PRECIO	174	66
CALIDAD	68	26
VALOR NUTRITIVO	22	8
TOTAL	264	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

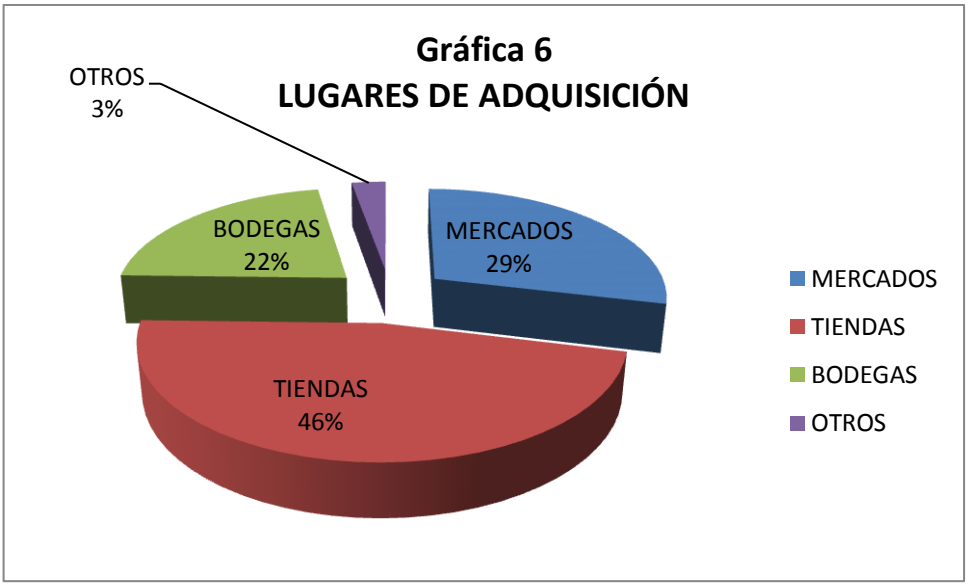
Las características del nuevo producto son atributos que le convierten en preferido por los consumidores, como se puede ver en el cuadro No 7, el 66% de los encuestados considera como características principal que deben tener el producto el precio, el 26% en cambio considera que lo fundamental es la calidad del producto; y, el 8% considera que el valor nutritivo es importante antes de adquirir este producto.

6.- ¿En qué lugares adquiere Harina de Chonta?

CUADRO 8
LUGARES DE ADQUISICIÓN

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
MERCADOS	124	47
TIENDAS	201	76
BODEGAS	94	36
OTROS	12	5

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

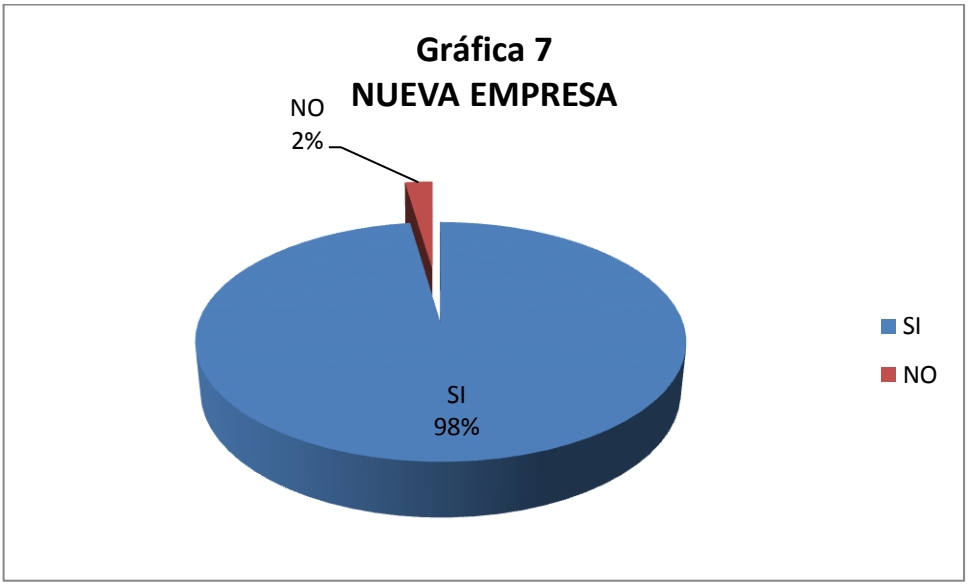
Como se puede determinar en la interrogación de los establecimientos de compra del producto en mención, los encuestados se manifestaron con el 49% lo adquieren al producto en Tiendas más cercanas puesto que es un producto de consumo, el 29% en mercados; el 22% lo adquieren en bodegas, mientras que otros lugares sean estos, vendedores informales, ferias, etc. Se manifestaron el 3%.

7.- ¿Si se creara una empresa Napense que se dedique a la producción de Harina de Chonta compraría el producto?

CUADRO 9
NUEVA EMPRESA

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	258	98
NO	6	2
TOTAL	264	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

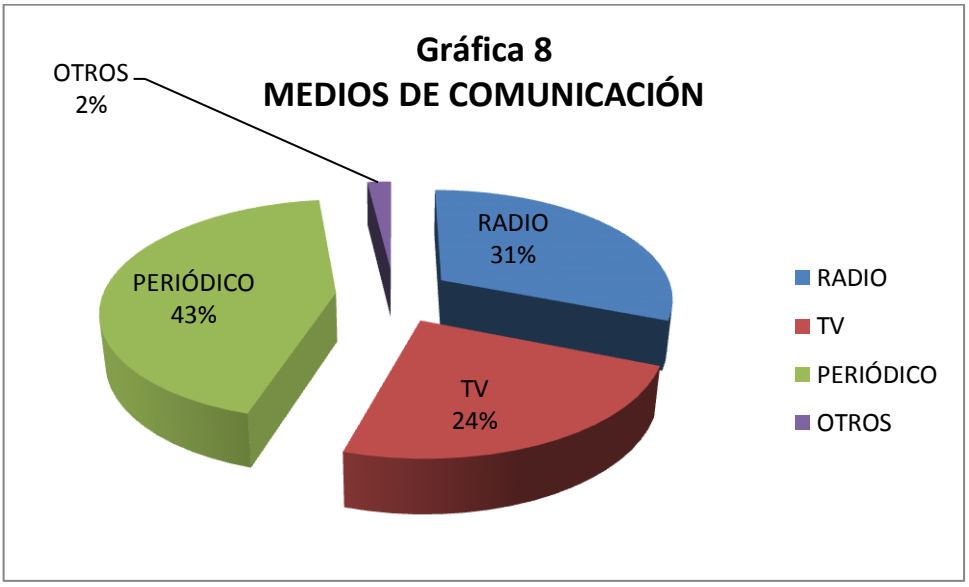
En cuanto se refiere al apoyo que se da para lanzar un producto al mercado, el 98% de los encuestados están dispuestos a comprar el nuevo producto en una empresa de recién creación, mientras que tan solo el 2% no aceptan el producto debido a razones como: ya tienen su marca de preferencia, no confían en productos nuevos, etc.

8.- ¿Qué medios de comunicación local escucha y ve con mayor frecuencia?

CUADRO 10
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje (%)**
RADIO	80	31
TV	61	24
PRENSA ESCRITA	112	43
OTROS	5	2
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El medio de mayor comunicación a nivel es la Prensa Escrita que representa un 43% de los encuestados, la Radio un 31%; mientras, que la Televisión en un 24%, esto determina que la preferencia de los encuestados es la prensa escrita.

9. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

CUADRO 11
PROMOCIONES NUEVA EMPRESA

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	258	100
NO	0	0
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

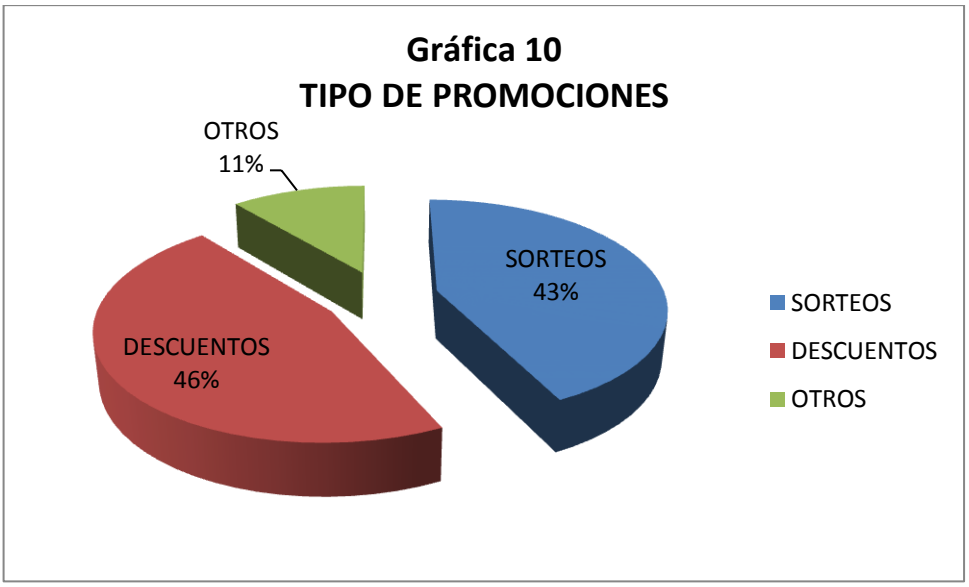
Se les preguntó si les gustaría que la empresa ofrezca promociones, manifestando el 100% que SI, esto determina que las personas están acostumbradas a que se les ofrezca promociones de distinta naturaleza.

10. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

CUADRO 12
TIPO DE PROMOCIONES

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
SORTEOS	135	52
DESCUENTOS	145	56
OTROS	35	14

Fuente: Encuesta familias de la provincia del Napo
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere a las promociones que les gustaría que brinde la empresa, con un 46% les gustaría que la empresa ofrezca descuentos; el 43% sorteos; y, el 11% que la empresa realice otras promociones como muestras gratis, cupones de compra, etc.

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES.

Se determinó la muestra a los establecimientos que comercializan Harina de Chonta, ya que en la provincia de Napo no existen empresas que produzcan este tipo de producto, solo existen empresas que comercializan la Harina de Chonta siendo estos 482 establecimientos legalmente registrados en el Servicio de Rentas Internas, así pues:

$$n = \frac{482}{1+482(0.05)^2}$$

$$n = \frac{482}{2,205}$$

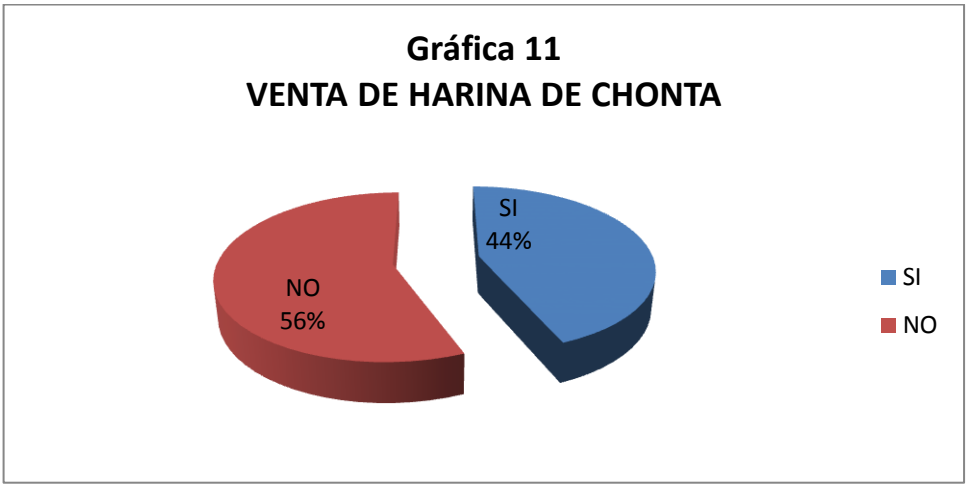
n= 219 encuestas a aplicar a los comercializadores

1.- ¿Vende en su negocio Harina de Chonta?

CUADRO Nº 13
VENDE DE HARINA DE CHONTA

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje (%)**
SI	96	44
NO	123	56
TOTAL	219	100

FUENTE: ENCUESTA OFERENTES PROVINCIA DE NAPO
ELABORACIÓN: LA AUTORA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

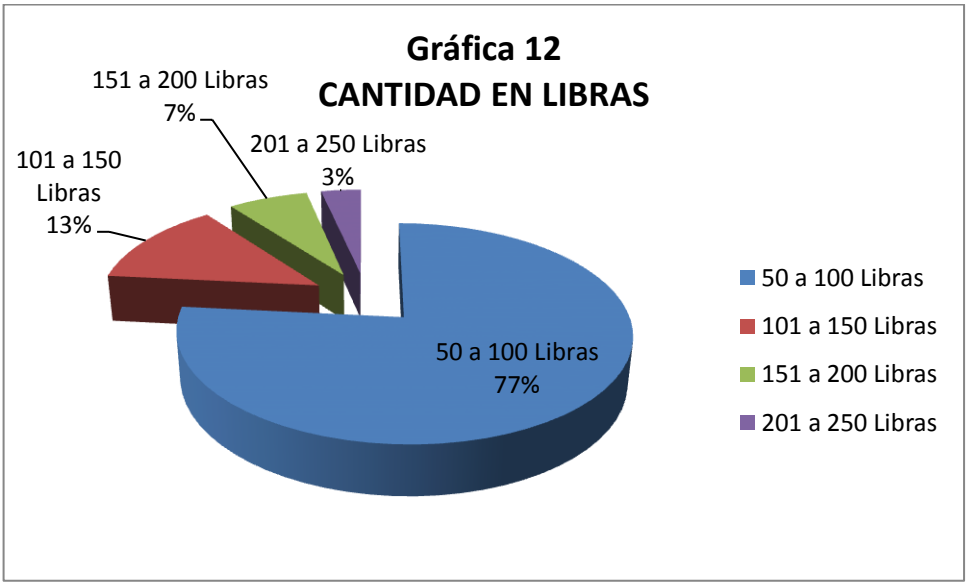
Como se puede determinar en la provincia de Napo 219 establecimientos encuestados el 44% venden Harina de Chonta; mientras que el 56% no venden Harina de Chonta, ya que no ha sido un producto que se comercialice en estos lugares.

2. **¿Cuántas libras de harina de Chonta vende mensualmente?**

CUADRO Nº 14
CANTIDAD EN LIBRAS

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje (%)**
50 a 100 Libras	74	77
101 a 150 Libras	12	13
151 a 200 Libras	7	7
201 a 250 Libras	3	3
TOTAL	96	100

FUENTE: ENCUESTA OFERENTES PROVINCIA DE NAPO
ELABORACIÓN: LA AUTORA



CUADRO Nº 15

CONSUMO PER CAPITA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	XM	ΣXM
50 a 100 Libras	74	75	5550
101 a 150 Libras	12	125,5	1506
151 a 200 Libras	7	175,5	1228,5
201 a 250 Libras	3	225,5	676,5
TOTAL	96		8961

FUENTE: CUANDRO Nº 14

ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El promedio diario por establecimiento es de 93,3 libras de Harina de Chonta mensualmente, el consumo anual será de 1.120 libras de Harina de Chonta por establecimiento, como se determina a continuación:

$$\textbf{Promedio} = \frac{\sum \text{TOTAL Xm}}{\text{Nº de establecimientos que venden}}$$

$$\textbf{Promedio} = \frac{8961}{96 \text{ establecimientos}}$$

Promedio = 93,34 libras de Harina de Chonta que multiplicados por 12 meses al año determina:

Promedio = 1.120 libras de Harina de Chonta anuales por establecimiento.

g) DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

DEMANDA POTENCIAL.

Para poder determinar la demanda potencial, se estableció la demanda utilizando el total de la población de la provincia de Napo del año 2010 proyectada para el año 2013, con una tasa de crecimiento poblacional del 3%, dividida para 4 miembros por integrante de las familias, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

La demanda Potencial en la presente es del 69% de 28.328 familias, que son las familias que consumen Chonta en forma general, las mismas que se las proyecta para los diez años de vida útil del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento según datos del INEN es del 3% anual, así tenemos:

CUADRO 16
DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDA POTENCIAL (69%)
0	28.328	19.546
1	29.178	20.133
2	30.053	20.737
3	30.955	21.359
4	31.883	22.000
5	32.840	22.660
6	33.825	23.339
7	34.840	24.040
8	35.885	24.761
9	36.962	25.504
10	38.070	26.269

Fuente: Cuadros Nº 1 y 2
Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL.

Para poder determinar la demanda real, se hace referencia al de 270 familias de la Provincia de Napo que consumen Chonta de manera general el 98% consumen Harina de Chonta, entonces en la provincia de Napo que tiene una demanda real de 19.546, para lo cual el 98% según el cuadro Nº 3 determina que 19.155 familias compran y consumen Harina de Chonta.

CUADRO Nº 17

DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 98%	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA DE HARINA DE CHONTA EN LIBRAS
0	19.546	19.155	16,44	314.915
1	20.133	19.730	16,44	324.362
2	20.737	20.322	16,44	334.093
3	21.359	20.932	16,44	344.116
4	22.000	21.560	16,44	354.439
5	22.660	22.206	16,44	365.072
6	23.339	22.873	16,44	376.025
7	24.040	23.559	16,44	387.305
8	24.761	24.265	16,44	398.924
9	25.504	24.993	16,44	410.892
10	26.269	25.743	16,44	423.219

Fuente: Cuadros Nº 3 y 16

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA.

Para determinar la demanda efectiva se establece que de la Demanda Real que consumen harina de Chonta en la Provincia de Napo, el 98% estaría de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la producción de harina de Chonta y están dispuestos a adquirirlos cómo se lo determina en el cuadro Nº 7, entonces si la población de la provincia de Napo que consume Harina de Chonta es de 19.155 familias, el 98% da 18.772 familias dispuestas a comprar nuestro producto.

CUADRO 18
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL Y EFECTIVA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO

AÑOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 98,00%
0	314.915	308.616
1	324.362	317.875
2	334.093	327.411
3	344.116	337.233
4	354.439	347.350
5	365.072	357.771
6	376.025	368.504
7	387.305	379.559
8	398.924	390.946
9	410.892	402.674
10	423.219	414.755

Fuente: Cuadros Nº 7 y 17

Elaboración: La Autora

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 Harina de Chonta se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en la provincia de Napo, en una muestra significativa tales como tiendas, bodegas, comisariatos, supermercados y puestos en el mercado, lugares que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

OFERTA ACTUAL

Para poder determinar la oferta actual hemos recolectado información sobre la cantidad que vende mensualmente 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 16. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tiene la provincia de Napo en el sector urbano, distinguiéndolo por el tipo de comercio, según datos extraídos del SRI.

CUADRO 19

OFERTA TOTAL

NEGOCIOS	Nº DE NEGOCIOS	% DE COMPRA (44%)	OFERTA PROMEDIO ANUAL	OFERTA TOTAL EN LIBRAS
Tiendas	226	99	1.120,00	111.372,80
Bodegas	95	42	1.120,00	46.816,00
Comisariatos	62	27	1.120,00	30.553,60
Supermercados	64	28	1.120,00	31.539,20
Puestos en el mercado	35	15	1.120,00	17.248,00
	482	212	5600	237530,00

Fuente: SRI y Cuadros Nº 15
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La oferta total existente en la provincia de Napo es de 237.530 libras de harina de Chonta, para la proyección de la oferta se ha tomado el dato del Servicio de Rentas Internas, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 0,42% anual.

CUADRO 20

PROYECCIÓN OFERTA DE HARINA DE CHONTA

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	237530
1	238528
2	239529
3	240535
4	241546
5	242560
6	243579
7	244602
8	245629
9	246661
10	247697

Fuente: S.R.I. Tasa de crecimiento 0,42% y Cuadro 19
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda nos 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, comisariatos y supermercados de productos de primera necesidad de la provincia de Napo, de las cuales se tomó las cantidades de productos vendidos.

CUADRO 21

DEMANDA INSATISFECHA.

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN LIBRAS DE HARINA DE CHONTA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA HARINA DE CHONTA EN LIBRAS
0	308.616	237530	71086
1	317.875	238528	79347
2	327.411	239529	87882
3	337.233	240535	96698
4	347.350	241546	105805
5	357.771	242560	115211
6	368.504	243579	124925
7	379.559	244602	134957
8	390.946	245629	145317
9	402.674	246661	156013
10	414.755	247697	167058

Fuente: Cuadros Nº 18 y 20

Elaboración: La Autora

COMERCIALIZACIÓN.

PRODUCTO

Chonta: es una palmera o palma que además del fruta y sus hojas comestibles, su madera es fuerte y dura, de color oscuro y jaspeado para múltiples usos.

Harina: forma muy fina chontas secas. Los productos molidos que se extraen de otros granos, como el centeno, el trigo sarraceno, el arroz y el maíz, así como obtenidos de plantas como la patata y algunos otros más entre ellos la chonta que no es muy conocida, reciben el nombre también de harinas, pero el uso inespecífico del termino hace de referencia a la harina elaborada a partir del trigo común, triticum ae4stivum.

La harina contiene entre un 65 y un 70% de almidón, pero su valor nutritivo fundamental está en su contenido, de un 9 a un 14% de proteínas; las principales son la gliadina y la glutenina, que constituye aproximadamente un 80% del contenido.

Debemos tomar en cuenta que en nuestra provincia no producen harina de chonta sin embargo es factible elaborar ya que es un gran fuente alimenticia en especial para las personas que están en la etapa de crecimiento y para las mujeres que atraviesan el periodo de Menopausia.

CARACTERISTICAS

FISICAS:

forma muy fina chontas secas. Los productos molidos que se extraen de otros granos, como el centeno, el trigo sarraceno, el arroz y el maíz, así como obtenidos de plantas como la patata y algunos otros más entre ellos la chonta que no es muy conocida, reciben el nombre también de harinas, pero el uso inespecífico del termino hace de referencia a la harina elaborada a partir del trigo común, triticum aestivum.

QUÍMICAS:

La harina contiene entre un 65 y un 70% de almidón, pero su valor nutritivo fundamental está en su contenido, de un 9 a un 14% de proteínas; las principales son la gliadina y la glutenina, que constituye aproximadamente un 80% del contenido.

PRESENTACIÓN

El producto tendrá dos presentaciones en fundas de 1 libra cada funda las mismas que llegarán a cada una de las familias Napenses.

ETIQUETA

La etiqueta del producto ira añadida en la envoltura del mismo donde se detalla los ingredientes, fecha de elaboración y caducidad y el nombre y dirección de la empresa.

LOGOTIPO

El logotipo será representado por una palmera de chonta.

EMPAQUE

El empaque o envoltura serán fundas plásticas con capacidad de media y una libra

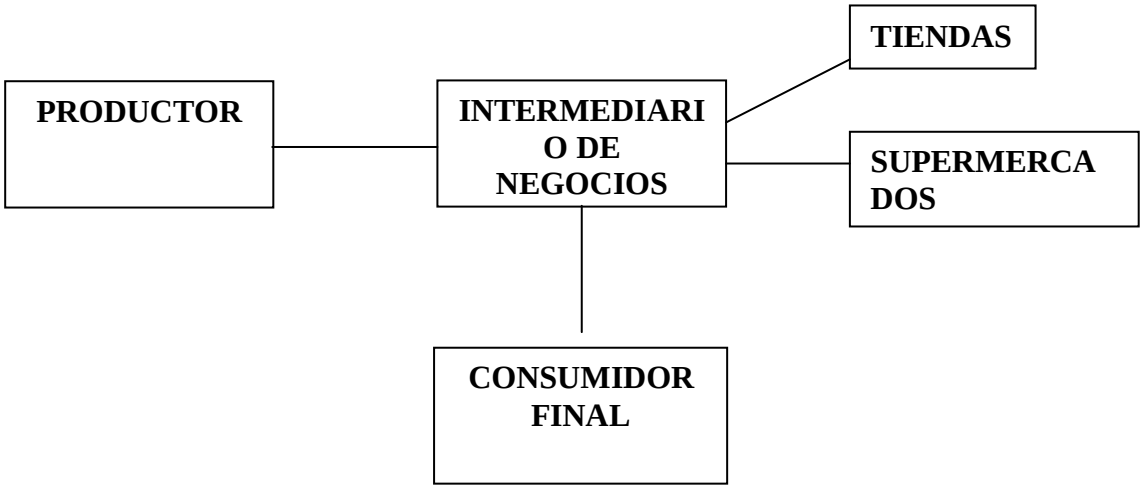
PRECIO

Se tomará en cuenta para la fijación del precio la siguiente fórmula:

Costo de producción + Margen de Utilidad

PLAZA

Se utilizará los siguientes canales de distribución para llegar con este producto hasta el consumidor final los mismos que serán los habitantes del cantón Tena y sus comunidades como: Archidona, Ahuano, Cotundo entre otras.



PROMOCIÓN

Por introducción del producto al mercado no se realizará ningún tipo de publicidad pero si se realizará una campaña publicitaria para que los habitantes de la provincia vayan conociendo la existencia del producto.

La publicidad se la realizará a través del canal local “Líder Visión” por cuanto es de gran aceptación en la provincia.

ESTUDIO TÉCNICO.

El Estudio Técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos.

TAMAÑO Y LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

TAMAÑO DE LA PLANTA

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 260 días-año laborables.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada se refiere al tamaño total de la planta, es decir que la empresa iniciará sus actividades con una capacidad instalada de 39.918 libras de Harina de Chonta al año.

La capacidad de producción del proyecto será de 167 libras de harina de Chonta diarios capacidad que tiene la máquina Molino Tamiz (LTA FITZMILL), esta producción diaria multiplicado por 20 días que se laboran al mes tenemos una producción mensual de 3.329 libras de Harina de Chonta mensual la multiplicamos por los 12 meses lo cual nos dará la producción anual que es de 39.918 libras al año, lo cual constituye el 100% de producción de la máquina. A continuación se detalla lo explicado.

CUADRO 22

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL

DEMANDA INSATISFECHA Primer año	PORCENTAJE %	HARINA DE CHONTA
79347	50,3081	39.918
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		**39.918**

Fuente: Cuadro Nº 21
Elaboración: La Autora

En el presente cuadro se puede observar que con el 100% de la capacidad instalada se producirá 39.918 libras de harina al año, que corresponde al 50,3081% de la Demanda Insatisfecha.

CAPACIDAD UTILIZADA.

Es la cantidad de productos que se van a fabricar tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria.

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: introducción del producto en el mercado, selección o escogitamiento de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc., es por eso que en el presente proyecto, para el primer año de vida útil se utilizará el 60% para el segundo el 65% para el tercero el 70% para el cuarto el 75% para el quinto el 80% para el sexto el 85%, para el séptimo el 90%, y desde el octavo hasta el décimo año el 95% de esta capacidad. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO 23
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	39.918	60	23.951
2	39.918	65	25.947
3	39.918	70	27.943
4	39.918	75	29.939
5	39.918	80	31.934
6	39.918	85	33.930
7	39.918	90	35.926
8	39.918	95	37.922
9	39.918	95	37.922
10	39.918	95	37.922

Fuente: Cuadro Nº 22
Elaboración: La autora

LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

La finalidad de contemplar este punto en el proyecto es llegar a determinar el lugar exacto donde se va instalar la empresa, es decir, precisar cual es la mejor localización que permita ahorrar recursos y lógicamente aumentar la producción.

Entre los factores que se puede señalar dentro de la localización están: el mercado, la disponibilidad de la materia prima y los recursos, el fácil acceso de los consumidores a la planta, la facilidad del transporte, servicios básicos, etc.

Dentro de la localización tenemos los principios fundamentales, los cuales marcan dos etapas que antes que oponerse, se complementan, ellas son: la **macrolocalización y la microlocalización.**

MACRO LOCALIZACIÓN.

La empresa estará localizada en el cantón Tena, Provincia de Napo, por cuanto se ha considerado el lugar donde se tenga accesibilidad a la materia prima de óptima calidad.

MICRO LOCALIZACIÓN.

CUADRO Nº 24
MATRIZ CUALITATIVA POR PUNTOS PARA SELECCIONAR LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A		B		C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Arriendo	35	60	19	70	25	80	26
Seguridad	30	70	19	80	24	50	15
Facilidad de parqueo	20	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	14	100	15	100	15
TOTAL	100		66		**80**		64

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: LA AUTORA

La micro localización de la empresa es en el cantón tena, específicamente en el Barrio Santa Inés en el Km. 1 ½ en la vía Tena – Archidona como se lo especifica en el siguiente croquis.

MICRO LOCALIZACION:

BARRIO: SANTA INES

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Son aquellos que permitirán el normal desempeño de la empresa además de orientar la producción en el espacio, el lugar donde se programará la instalación de la planta productora de camisetas de algodón para niños, cuenta con los siguientes factores:

- **Insumos.-** Para la disponibilidad de la materia prima, nuestra empresa contará con el apoyo de distribuidores locales, acceso a un amplio mercado de consumo, transporte en las vías de acceso, aprovechamiento de las infraestructuras existentes en el lugar destinado.

- **Mano de Obra.-** para la puesta en marcha del proyecto será necesario, mano de obra calificada, la cual se encuentra disponible en nuestra ciudad y provincia.

- **Servicios Básicos.-** El área tiene a su disposición todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, alumbrado público, servicios telefónico y alcantarillado.

- **Vías de comunicación.-** otro factor que se requiere para la puesta en marcha de toda empresa, constituye a la disponibilidad de vías de comunicación adecuadas que facilite la trasportación tanto para el abastecimiento de materia prima, así como para la distribución del producto final, características que reúne el sector donde funcionará la empresa..

INGENIERIA DEL PROYECTO.
FLUJOGRAMA DE PROCESOS

ASES	PROCESO PRODUCTIVO	INSPECCIÓN	OPERACIÓN	OPERACIÓN DEMORA	DEMORA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO
1	Selección y lavado		●					6 min
2	Cocción de la fruta	●						16 min
3	Enfriamiento fruta					●		11 min
4	Secado fruta			●				120 min
5	Inspección		●					3 min
6	Molido de la fruta	●						5 min
7	Cernido harina			●				3 min
8	Pesado y empacado		●					2 min
9	Almacenamiento						●	2 min
Total								**180 min**

DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.

Selección y lavado: se selecciona las chontas por el color y las que están en estado de putrefacción y se las lava manualmente.

Cocción: se las cocina durante 15 minutos.

Pelado: luego de la cocción se pela las chontas manualmente se las parte por la mitad para eliminar su fruto.

Secado: se hace mediante rodajas y se las coloca en la secadora durante 6 horas.

Molido y cernido: luego se muele lo más fino posible mediante un molino. Luego de haber molido se cierne para evitar de que queden residuos y este muy gruesa la harina.

Empacado: se empaco mediante fundas de plásticos y se sella normalmente con la ayuda de una selladora eléctrica.

RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES Y RECURSOS MATERIALES.

MAQUINARIA Y EQUIPO

Báscula pesadora

Recipientes

Cocina Industrial

Ollas

Cuchillos

Secadora

Molino

Tamiz

Selladora

OTROS MATERIALES

- Escritorio con sillón	3
- Archivador	3
- Sillas	10
- Mesas	3
- Perchas	2 juegos
- Computadoras	2
- Sumadora	2

- Teléfono 2
- Kit de herramientas 1
- Tableros 2
- Útiles de oficina

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

El personal necesario para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad de precautelar la vida de los mismos en sus lugares de trabajo, se estará capacitando por medio de cursos.

MANO DE OBRA DIRECTA.

Obreros 2

MANO DE OBRA INDIRECTA

Jefe de Producción 1

PERSONAL ADMINISTARTIVO.

Gerente 1

Secretaria Contadora 1

Asesor Jurídico 1

Conserje Guardián 1

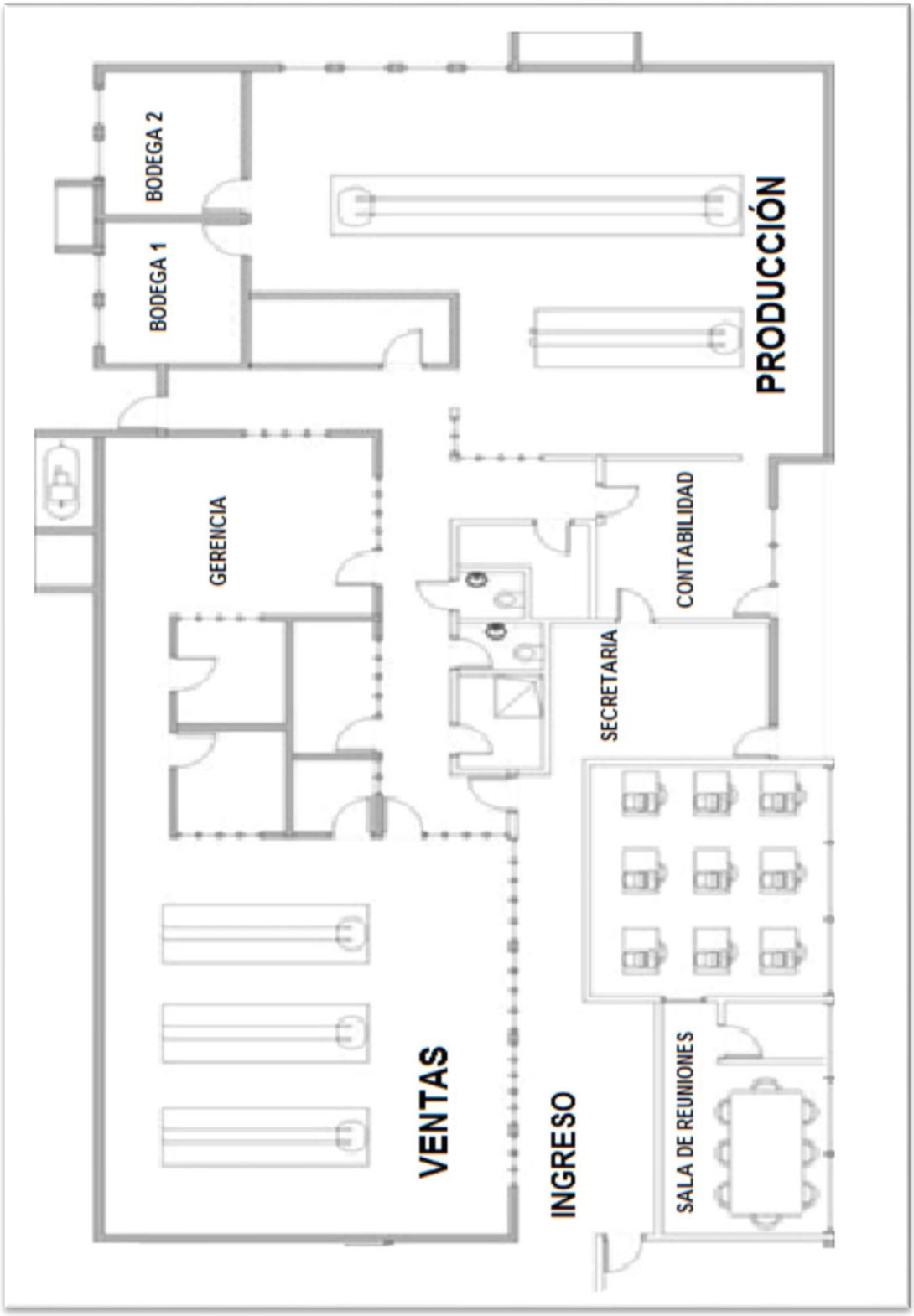
PERSONAL DE VENTAS.

Agentes vendedores 1

AREA REQUERIDA

Gerencia	10 m^2
Área de ventas	16 m^2
Área de producción	20 m^2
Secretaria contabilidad	13 m^2
Recepción	6 m^2
Baño 1	4 m^2
Bodega de almacenamiento	
De productos terminados	9 m^2
Bodega de Materia Prima	9 m^2
Baño 2 y Vestidores	18 m^2
Áreas complementarias	45 m^2
TOTAL	**250** m^2
	25m x 10m

ESTRUCTURA FISICA



ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

ORGANIZACIÓN JURÍDICA

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE HARINA DE CHONTA

En la ciudad de Tena, provincia de Napo, a los catorce días del mes de junio del año 2013, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Ab. Salvador Cuenca, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto la producción de Harina de Chonta, como desarrollo fundamental en el desarrollo de la Provincia de Napo.

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA MACAS CIA. LITDA.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- NOEMI ESPERANZA MACAS TUZA, ecuatoriana portadora de la cédula 0705822581, CARLOS RAMÓN MACAS RUIZ, ecuatoriano portador de la cédula 0705022370 y MANUEL DE JESUS ROJAS

ROMERO, ecuatoriano portador de la cédula 1104933419, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa MACAS CIA. LITDA.

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización de Harina de Chonta, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TITULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-

Art. 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina MACAS CIA. LITDA.

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Tena, provincia de Napo, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es la producción y comercialización de Harina de Chonta. Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por

la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

Art. 4.- (PLAZO, DURACION).- El plazo de duración de la sociedad será de diez años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.-

TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1,00) cada una.-

Art. 6.- (TITULOS DE ACCIONES).- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por la firma del Gerente General de la Empresa.-

Art. 7.- (DERECHOS).- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.-

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieren pagadas al momento de efectuar dicho aumento.-

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probara con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

TITULO TERCERO.- EJERCICIO ECONOMICO, BALANCE, DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y RESERVAS.-

Art. 11.- (EJERCICIO ECONOMICO).- El ejercicio económico será anual y terminara el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.-

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no

será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINSITRACIÓN Y REPRESENTACION DE LA COMPAÑIA.-

Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACION).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.-

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).-La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-

Art. 16.- (REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 17.- (QUOROM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalar con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 18.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio

de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) Conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar las dietas que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.-

Art. 19.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

Art. 20.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

Art. 21.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada

cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

Art. 22.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 23.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-

Art. 24.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta

ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-

Art. 25.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el

presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 26.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 27.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

Art. 28.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Gerente General a la Ing. Noemí Esperanza Macas Tuza. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Ab. Salvador

Cuenca, Abogado, Matrícula CA-624. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

ESTRUCTURA LEGAL

A continuación se presenta la propuesta organizacional desarrollada para el proyecto de producción y comercialización de harina de chonta, en la misma se presentan las estructuras legales y funcionales que deberá tener la empresa, haciendo mención de las pautas que se deberán seguir para la constitución de la misma como tal, así como de los perfiles de los puestos requeridos en su estructura de organización.

a. Nivel Legislativo

El nivel legislativo está representado por la Junta General de Accionistas, siendo este el primer nivel, está en encargado de dictar las políticas, leyes y reglamentos de la empresa.

b. Nivel Ejecutivo

Está conformado por el Gerente quien es designado directamente por la Junta General de Accionistas, entre sus funciones principales está en ejecutar las políticas dictaminadas por la JGS, Planear, Organizar, Dirigir y Controlar la marcha de la empresa en estudio.

c. Nivel Asesor

Dentro del nivel asesor en la presente empresa estará representada por el Asesor Jurídico, el mismo que será temporal, quien se encargará de asesorar lo concerniente a la parte legal y laboral de la empresa.

d. Nivel Auxiliar o De Apoyo

El nivel Auxiliar estará conformado por la Secretaria, quien es el apoyo directo a Gerencia, encargado de prestar un servicio oportuno y ágil, prestará apoyo a todos los niveles de la empresa.

e. Nivel Operativo

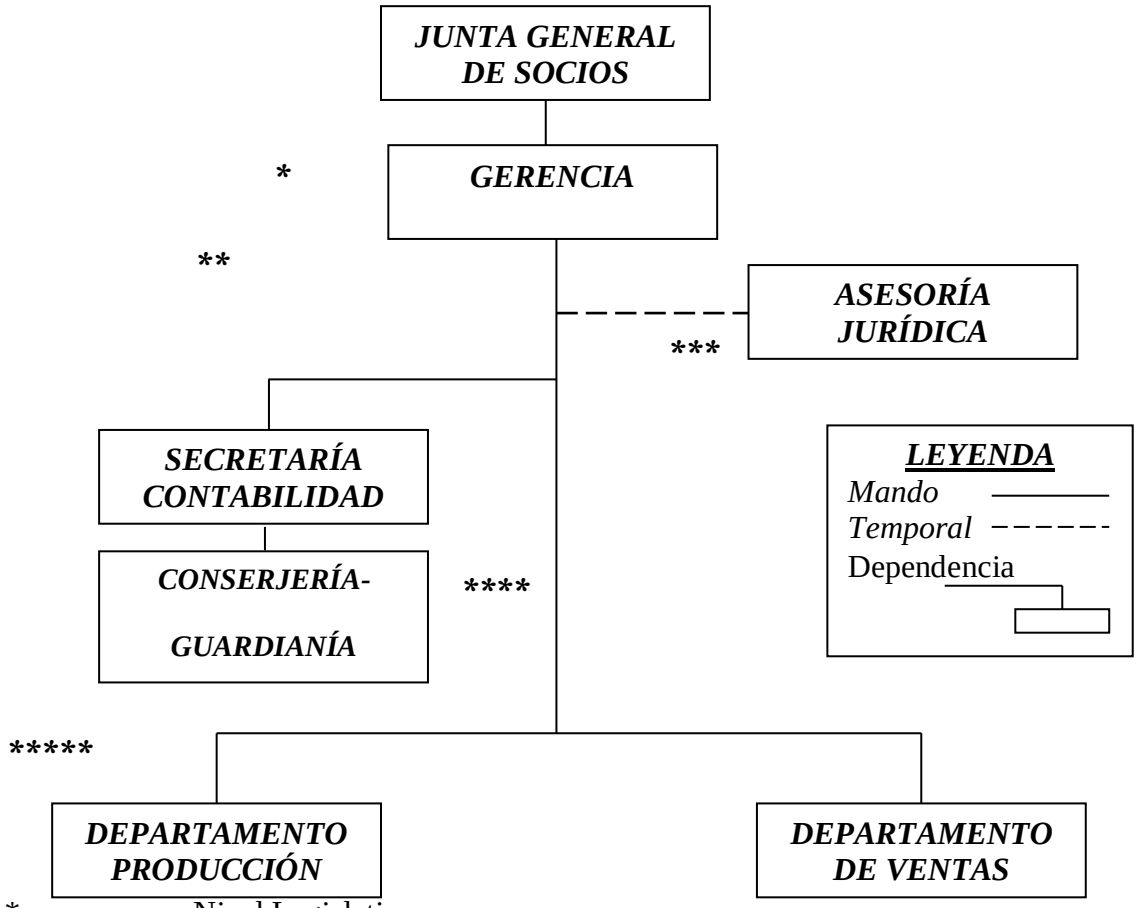
Es la parte esencial de la empresa conformada por la parte operativa de la organización, como es Producción, Finanzas y Ventas, es decir la parte que operativiza la organización.

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

"MACAS CIA. LTDA."

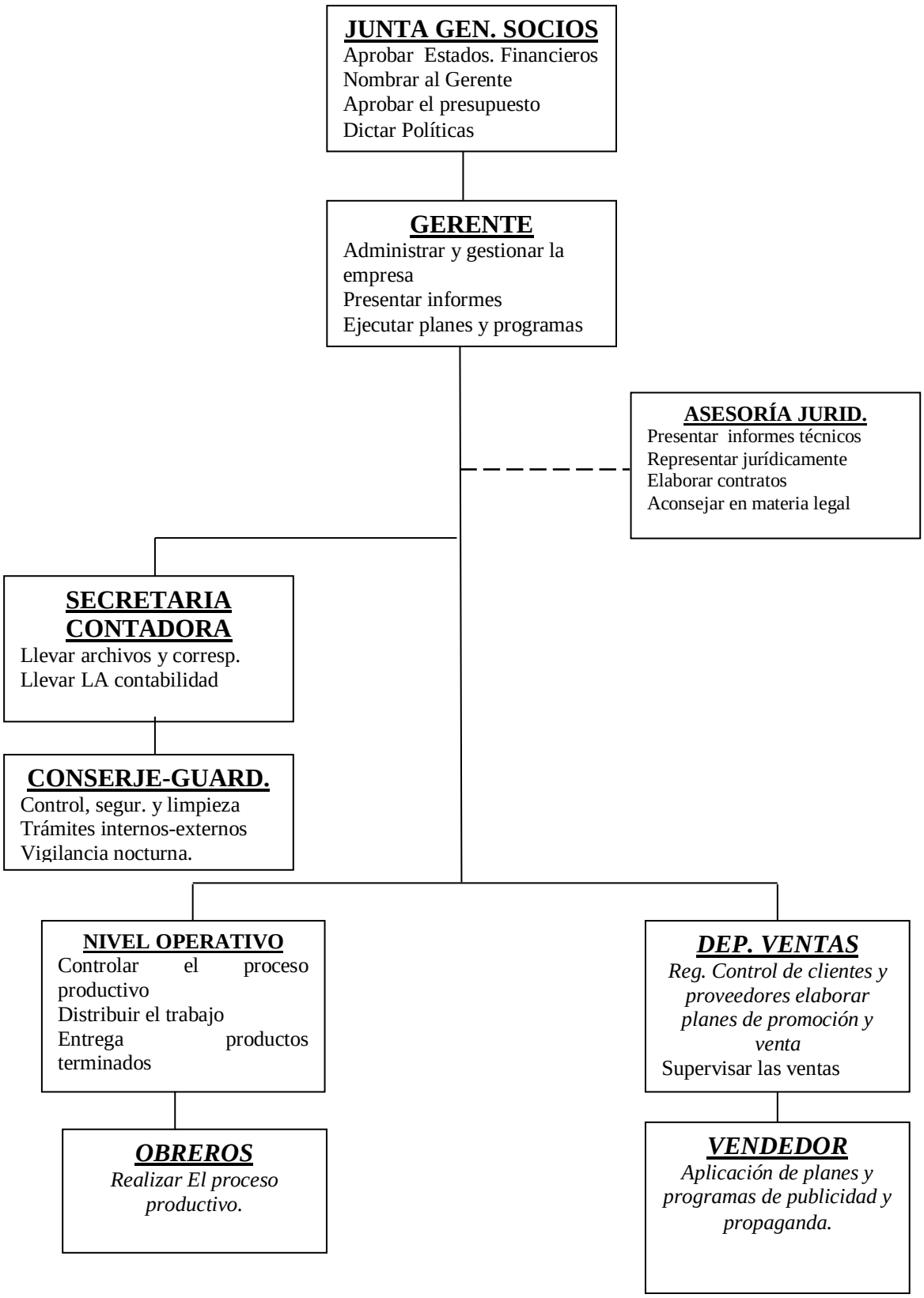


*	Nivel Legislativo
**	Nivel Ejecutivo
***	Nivel Asesor
****	Nivel Auxiliar
*****	Nivel Operativo

ELABORACIÓN: La Autora

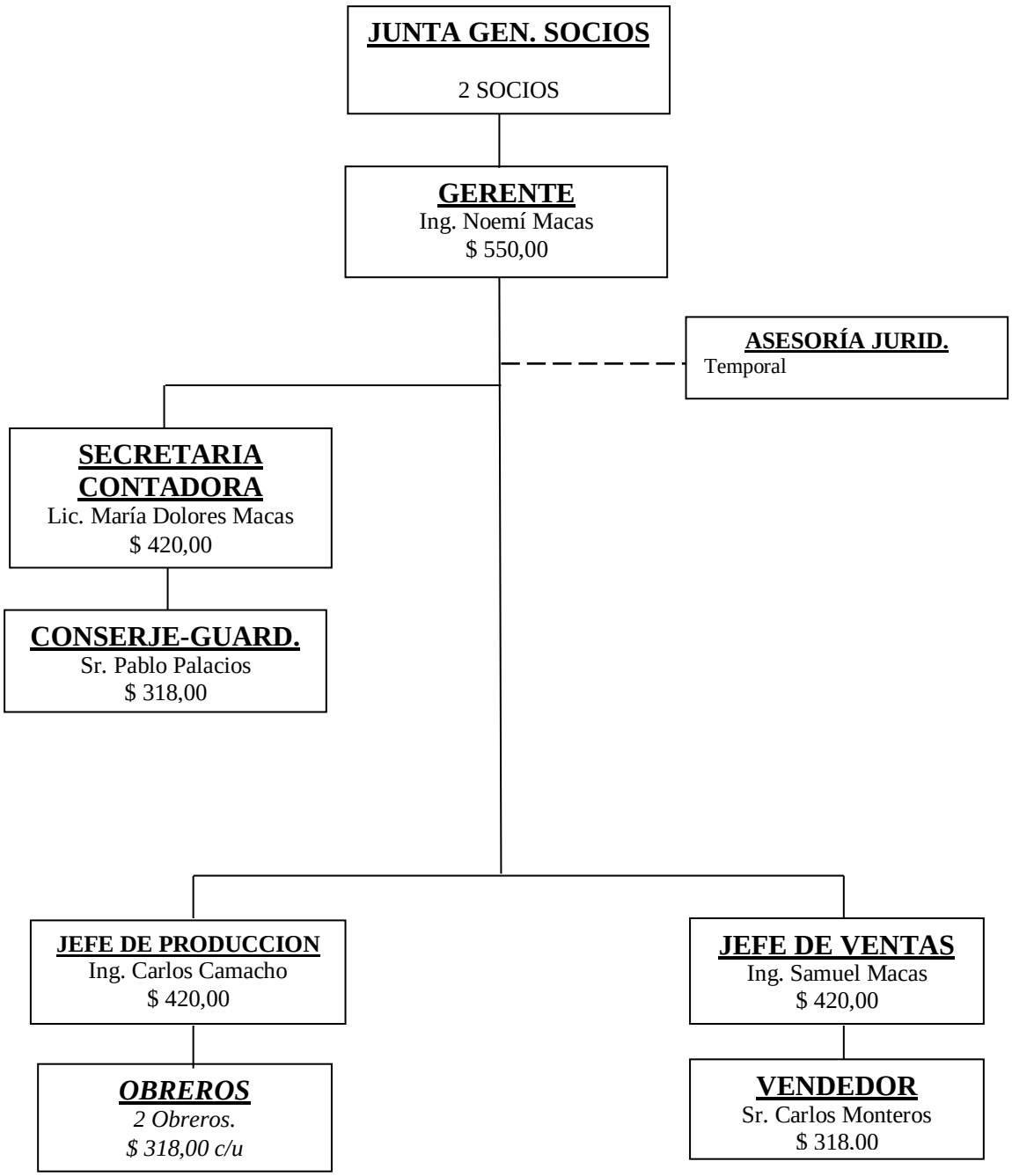
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

"MACAS CIA. LTDA."



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA

"MACAS CIA. LTDA."



MANUAL DE FUNCIONES

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 01

TITULO DEL PUESTO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

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

FUNCIONES TÍPICAS:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa
- Cumplir con las disposiciones dadas en el directorio e informar sobre la marcha de las mismas.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.
- Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo permite, aprobando, autorizando y firmando para logara un correcto desenvolvimiento.
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación.

- Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y mas documentos de trabajo para su aprobación.

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 MINIMOS:

EDUCACIÓN: Titulo de Ing. Comercial, Ing. en Administración de Empresas

EXPERIENCIA: Dos años en funciones similares.

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 02

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCION

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en el departamento de Producción.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Cumplir con las disposiciones dadas en el directorio e informar sobre la marcha de las mismas.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.

- Organizar cursos de capacitación para los trabajadores del departamento.
- Control de la producción.
- 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 MINIMOS:

EDUCACIÓN: Titulo de Ingeniero o Tecnólogo en Agroindustrias

EXPERIENCIA: Dos años en funciones similares.

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 03

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en el Departamento.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Presentar Pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.
- Evaluar las ventas mensuales.
- Promover mediante la publicidad la venta del producto.
- Delimitar el territorio, establecer las cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño.
- Reclutar, seleccionar y capacitar a los vendedores que ofrecerán el producto.
- Mantener una buena relación con el cliente.
- 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 MINIMOS:

EDUCACIÓN: Titulo de Ingeniero

EXPERIENCIA: Dos años en funciones similares.

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 04

TITULO DEL PUESTO: Secretaria Contadora

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Realizar labores de secretaria o asistencia directa al gerente de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Redactar y mecanografiar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorandos, circulares de prensa.
- Elaborar formatos para pagos de seguridad social (Salud, Pensión, Riesgos profesionales, Caja de compensación, entre otros).
- Administrar las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes.
- Atender al público que solicite información y concretar citas con el gerente de la empresa.
- Tener al día los archivos generales de la empresa.

- Controlar la asistencia del personal con un libro destinado para el efecto
- Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.
- Atender la correspondencia, manejándola con eficiencia.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.
- Responder por equipos a su cargo hasta un valor de $ 500.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACION: Titulo de secretaria ejecutiva, Contadora

EXPERIENCIA: Un año en funciones a fines.

ADICIONAL: Haber participado en curso de relaciones humanas.

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 05

TITULO DEL PUESTO: VENDEDOR- FACTURADOR

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Planificar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa referente a ventas y publicidad.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Realizar ventas, manteniendo relación con el departamento de producción.
- Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas.
- Establecer stock mínimos y máximos en bodega.
- Entregar facturas a todas las ventas tanto de insumos como de alevines.
- Presentar informes de ventas a su inmediato superior.
- Cumplir con los estándares de calidad de servicio para la atención de requerimientos internos y externos.
- Entregar la información tributaria a la Secretaria de la Empresa.
- Apoyar en la realización de actividades relacionadas con el registro contable, conciliaciones y provisiones de cuentas que correspondan.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE.

- Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas.
- Requiere de iniciativa y de criterio para la ejecución de su trabajo.
- Responde hasta 800 dólares por mercadería a su cargo.

REQUISITOS MINIMOS.

EDUCACIÓN: Bachiller en cualquier especialidad

EXPERIENCIA: Dos años en labores de ventas.

ADICIONAL: Tener cursos de capacitación en ventas.

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 06

TITULO DEL PUESTO: Operario

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Manejo del proceso productivo

FUNCIONES TÍPICAS:

- Seleccionar la Materia Prima.
- Verificar la correcta dosificación de insumos químicos, así como el control e inventarios de los mismos, en los procesos de producción.
- Manejo de la maquinaria para la producción.
- Verificar, monitorear y reportar los parámetros operativos y procesos de las áreas de trabajo.
- Monitoreo de las condiciones de operación.
- Asegurar que se cumplan los estándares de Seguridad propios y de las empresas contratistas.
- Cumplir con las normas y procedimientos de operación, seguridad, salud y medio ambiente.
- Emisión de permisos de trabajo.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Este puesto se caracteriza por el esfuerzo físico que debe realizar el trabajador por el manipuleo de equipos.
- El ambiente de trabajo es cansado por cuanto tiene que estar en constante movimiento.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACION: Culminación de primaria, cursos de manejo de equipos de producción.

EXPERIENCIA: Un año en funciones a fines.

EMPRESA DE PRODUCCION MACAS CIA. LITDA.

CODIGO: 07

TITULO DEL PUESTO: Conserje - Guardián

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ayudar en los quehaceres diarios de la Empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Ayudar al subir los insumos agrícolas a la venta a los clientes.
- Llevar correspondencia.

- Llevar la limpieza de las instalaciones.
- Realizar depósitos en las diferentes entidades bancarias cuando la empresa lo requiera.
- Cuidar los vehículos estacionados dentro de la empresa.
- Abrir y cerrar las puertas de las instalaciones.
- Realizar la limpieza de la empresa.
- Llevar y traer la correspondencia

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Este puesto se caracteriza por el esfuerzo físico que debe realizar el trabajador por el manipuleo de quintales de insumos.
- El ambiente de trabajo es cansado por cuanto tiene que estar en constante movimiento.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACION: Culminación de primaria.

EXPERIENCIA: Un año en funciones a fines.

ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero determina cual 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 servicios la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, 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.

Los Activos Fijos son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

Instalaciones, maquinaria y equipo, vehículo, equipo de oficina, muebles y enseres, que son necesarios para la ejecución del proyecto.

CUADRO Nº 25
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinaria y equipo	840
Vehículo	11.000,00
Muebles y enseres	1.007,00
Equipos de Computación	1.740,00
Imprevistos 5%	729,35
TOTAL	**15.316,35**

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 26
ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	610	610
Prueba de funcionamiento	120	120
Patentes	301	301
Imprevistos 5%	51,55	51,55
TOTAL:		**1.082,55**

Fuente: Investigación Directa
Elaboración. La Autora.

ACTIVO CORRENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

CUADRO Nº 27
INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE (un mes)

ACTIVO CIRCULANTE	ANEXOS	VALOR
Materia prima directa	3	997,95
Materia Prima Indirecta	4	302,00
Mano de obra directa	5	845,77
Mano de obra indirecta	6	550,03
Suministros de oficina	17	9,80
Sueldos administrativos	15	1684,99
Arriendo	20	300,00
Publicidad y propaganda	19	120,00
Mantenimiento de vehículo	10	50,00
Servicios básicos	11, 12, 13 y 18	71,11
Suministros de operación	8	9,6
Sueldos personal de ventas	20	972,92
Imprevistos 5 %		295,71
	TOTAL	**6.209,88**

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 28
INVERSIÓN TOTAL

DETALLE	COSTO	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipo	840	
Vehículo	11.000,00	
Muebles y enseres	2.693,00	
Equipos de Computación	1.740,00	
Imprevistos 5%	729,35	17.002,35
ACTIVOS DIFERIDOS		
Elaboración del Proyecto	610	
Prueba de funcionamiento	120	
Patentes	301	
Imprevistos 5%	51,55	1.082,55
ACTIVO CIRCULANTE		
Materia prima directa	997,95	
Materia Prima Indirecta	302	
Mano de obra directa	845,77	
Mano de obra indirecta	550,03	
Suministros de oficina	9,8	
Sueldos administrativos	1684,99	
Arriendo	300	
Publicidad y propaganda	120	
Mantenimiento de vehículo	50	
Servicios básicos	71,11	
Suministros de operación	9,6	
Sueldos personal de ventas	972,92	
Imprevistos 5 %	295,71	6.209,88
TOTAL		23.647,73

Fuente: Cuadros Nº 25, 26 y 27
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 57,71 % del total de la inversión y que corresponde a 13.647,73 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo a la cooperativa de ahorro y crédito 29 de Octubre, 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 la Cooperativa 29 de Octubre constituirá el 42,29% que corresponde a 10.000 dólares a 10 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 29

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	10.000,00	42,29%
Capital social	13.647,73	57,71%
TOTAL:	23.647,73	100,00%

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO 30

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL:	10.000,00		**PAGO:**	MENSUAL
INTERÉS:	15%			
TIEMPO:	10	AÑOS		
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				10.000,00
1	500,00	750,00	1.250,00	9.500,00
2	500,00	712,50	1.212,50	9.000,00
3	500,00	675,00	1.175,00	8.500,00
4	500,00	637,50	1.137,50	8.000,00
5	500,00	600,00	1.100,00	7.500,00
6	500,00	562,50	1.062,50	7.000,00
7	500,00	525,00	1.025,00	6.500,00
8	500,00	487,50	987,50	6.000,00
9	500,00	450,00	950,00	5.500,00
10	500,00	412,50	912,50	5.000,00
11	500,00	375,00	875,00	4.500,00
12	500,00	337,50	837,50	4.000,00
13	500,00	300,00	800,00	3.500,00
14	500,00	262,50	762,50	3.000,00
15	500,00	225,00	725,00	2.500,00
16	500,00	187,50	687,50	2.000,00
17	500,00	150,00	650,00	1.500,00
18	500,00	112,50	612,50	1.000,00
19	500,00	75,00	575,00	500,00
20	500,00	37,50	537,50	0,00
	10.000,00	7.875,00	17.875,00	

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. La cual se calculará estos valores.

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 31

CUADRO 31
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

DESCRIPCIÓN	ANEX. N°	AÑOS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO PRIMO											
Materia Prima Directa	3	11.975,40	12526,27	13102,48	13705,19	14335,63	14995,07	15684,84	16406,34	17161,04	17950,44
Mano Obra Directa	5	10.149,29	10616,16	11104,50	11615,31	12149,61	12708,49	13293,08	13904,57	14544,18	15213,21
SUBTOTAL:		22124,69	23142,426	24206,98	25320,50	26485,24	27703,56	28977,93	30310,91	31705,21	33163,65
COSTOS GEN. PRODUCCIÓN											
Mano de Obre Indirecta	6	6600,36	6903,98	7221,56	7553,75	7901,22	8264,68	8644,86	9042,52	9458,47	9893,56
Materia Prima Indirecta	4	3.600,00	3765,60	3938,82	4120,00	4309,52	4507,76	4715,12	4932,01	5158,89	5396,20
Mantenimiento	10	600	627,60	656,47	686,67	718,25	751,29	785,85	822,00	859,81	899,37
Agua	12	82,66	86,46	90,44	94,60	98,95	103,50	108,26	113,24	118,45	123,90
Gas	13	24	25,10	26,26	27,47	28,73	30,05	31,43	32,88	34,39	35,97
Luz	11	386,64	404,43	423,03	442,49	462,84	484,13	506,40	529,70	554,06	579,55
Teléfono	19	360	376,56	393,88	412,00	430,95	450,78	471,51	493,20	515,89	539,62
Suministros de Producción	8	115,2	120,50	126,04	131,84	137,90	144,25	150,88	157,82	165,08	172,68
Amortización Activo Diferido	14	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16
Depreciación Activos	7 al 11	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37	2.072,37
SUBTOTAL:		13.946,39	14.487,76	15.054,03	15.646,35	16.265,91	16.913,98	17.591,85	18.300,91	19.042,59	19.818,38
GASTOS DE ADM. Y VENTAS											
Personal Administrativo	15	20.219,90	21.150,02	22.122,92	23.140,57	24.205,04	25.318,47	26.483,12	27.701,34	28.975,60	30.308,48
Depreciación equipos Comp.	17	386,69	386,69	386,69	386,69	386,69	386,69	386,69	386,69	386,69	386,69
Arriendos	21	3.600,00	3.765,60	3.938,82	4.120,00	4.309,52	4.507,76	4.715,12	4.932,01	5.158,89	5.396,20
Suministros de Oficina	18	117,60	123,01	128,67	134,59	140,78	147,25	154,03	161,11	168,52	176,28
Publicidad y Propaganda	20	1.440,00	1.506,24	1.575,53	1.648,00	1.723,81	1.803,10	1.886,05	1.972,81	2.063,55	2.158,48
Personal de Ventas	22	11675	12.212,05	12.773,80	13.361,40	13.976,02	14.618,92	15.291,39	15.994,80	16.730,56	17.500,16
SUBTOTAL:		37.439,19	39.143,61	40.926,42	42.791,25	44.741,86	46.782,20	48.916,39	51.148,76	53.483,81	55.926,28
GASTOS FINANCIEROS											
Intereses	29	1.462,50	1.312,50	1.162,50	1.012,50	862,50	712,50	562,50	41,50	262,50	112,50
SUBTOTAL:		1.462,50	1.312,50	1.162,50	1.012,50	862,50	712,50	562,50	41,50	262,50	112,50
TOTAL:		**74.972,77**	**78.086,29**	**81.349,93**	**84.770,60**	**88.355,51**	**92.112,24**	**96.048,67**	**99.802,08**	**104.494,12**	**109.020,82**

FUENTE: Anexos del 3 al 22 y cuadro 30 (tasa de inflación 4,6% Banco Central a marzo de 2013)

ELABORACIÓN: La Autora

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 Harina de Chonta.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica a continuación, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta.

- Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 40% en función a la competencia

CUADRO 32

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	PVP	INGRESOS
1	74.972,77	23.951	3,13	4,38	104.961,88
2	78.086,29	25.947	3,01	4,21	109.320,81
3	81.349,93	27.943	2,91	4,08	113.889,90
4	84.770,60	29.939	2,83	3,96	118.678,84
5	88.355,51	31.934	2,77	3,87	123.697,71
6	92.112,24	33.930	2,71	3,80	128.957,14
7	96.048,67	35.926	2,67	3,74	134.468,14
8	99.802,08	35.926	2,78	3,89	139.722,91
9	104.494,12	35.926	2,91	4,07	146.291,77
10	109.020,82	35.926	3,03	4,25	152.629,15

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 como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

CUADRO 33

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	104.961,88	109.320,81	113.889,90	118.678,84	123.697,71	128.957,14	134.468,14	139.722,91	146.291,77	152.629,15
(-) Costo Total	**74.972,77**	**78.086,29**	**81.349,93**	**84.770,60**	**88.355,51**	**92.112,24**	**96.048,67**	**99.802,08**	**104.494,12**	**109.020,82**
(=) Utilidad Bruta Ventas	29.989,11	31.234,52	32.539,97	33.908,24	35.342,20	36.844,90	38.419,47	39.920,83	41.797,65	43.608,33
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	4.498,37	4.685,18	4.881,00	5.086,24	5.301,33	5.526,74	5.762,92	5.988,12	6.269,65	6.541,25
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	25.490,74	26.549,34	27.658,97	28.822,00	30.040,87	31.318,17	32.656,55	33.932,71	35.528,00	37.067,08
(-) 25% Impuesto a la renta	6.372,69	6.637,34	6.914,74	7.205,50	7.510,22	7.829,54	8.164,14	8.483,18	8.882,00	9.266,77
(=) Utilidad Liquida ejercicio	19.118,06	19.912,01	20.744,23	21.616,50	22.530,65	23.488,62	24.492,41	25.449,53	26.646,00	27.800,31
(-) 10% reserva Legal	1.911,81	1.991,20	2.074,42	2.161,65	2.253,07	2.348,86	2.449,24	2.544,95	2.664,60	2.780,03
(=) Utilidad Neta	**17.206,25**	**17.920,81**	**18.669,81**	**19.454,85**	**20.277,59**	**21.139,76**	**22.043,17**	**22.904,58**	**23.981,40**	**25.020,28**

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.

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, 5 y 10 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 34
CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		11.975,40		14335,63		17950,44
Mano Obra Directa		10.149,29		12149,61		15213,21
SUBTOTAL:	0	22124,69	0,00	26485,24	0,00	33163,65
COSTOS GEN. PRODUCCIÓN						
Mano de Obra Indirecta		6600,36		7901,22		9893,56
Materia Prima Indirecta		3.600,00		4309,52		5396,2
Mantenimiento		600		718,25		899,37
Agua	82,66		98,95		123,9	
Gas	24		28,73		35,97	
Luz	386,64		462,84		579,55	
Teléfono	360		430,95		539,62	
Suministros de Producción	115,2		137,9		172,68	
Amortización Activo Diferido	105,16		105,16		105,16	
Depreciación Activos	2.072,37		2.072,37		2.072,37	
SUBTOTAL:	3.146,03	10.800,36	3.336,90	12.928,99	3.629,25	16.189,13
GASTOS DE ADM. Y VENTAS						
Personal Administrativo	20.219,90		24.205,04		30.308,48	
Depreciación equipos Comp.	386,69		386,69		386,69	
Arriendos	3.600,00		4.309,52		5.396,20	
Suministros de Oficina	117,6		140,78		176,28	
Publicidad y Propaganda	1.440,00		1.723,81		2.158,48	
Personal de Ventas	11675		13.976,02		17.500,16	
SUBTOTAL:	37.439,19	0,00	44.741,86	0,00	55.926,29	0,00
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses	1.462,50		862,5		112,5	
SUBTOTAL:	1.462,50	0,00	862,50	0,00	112,50	0,00
TOTAL:	42.047,72	32.925,05	48.941,26	39.414,23	59.668,04	49.352,78

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

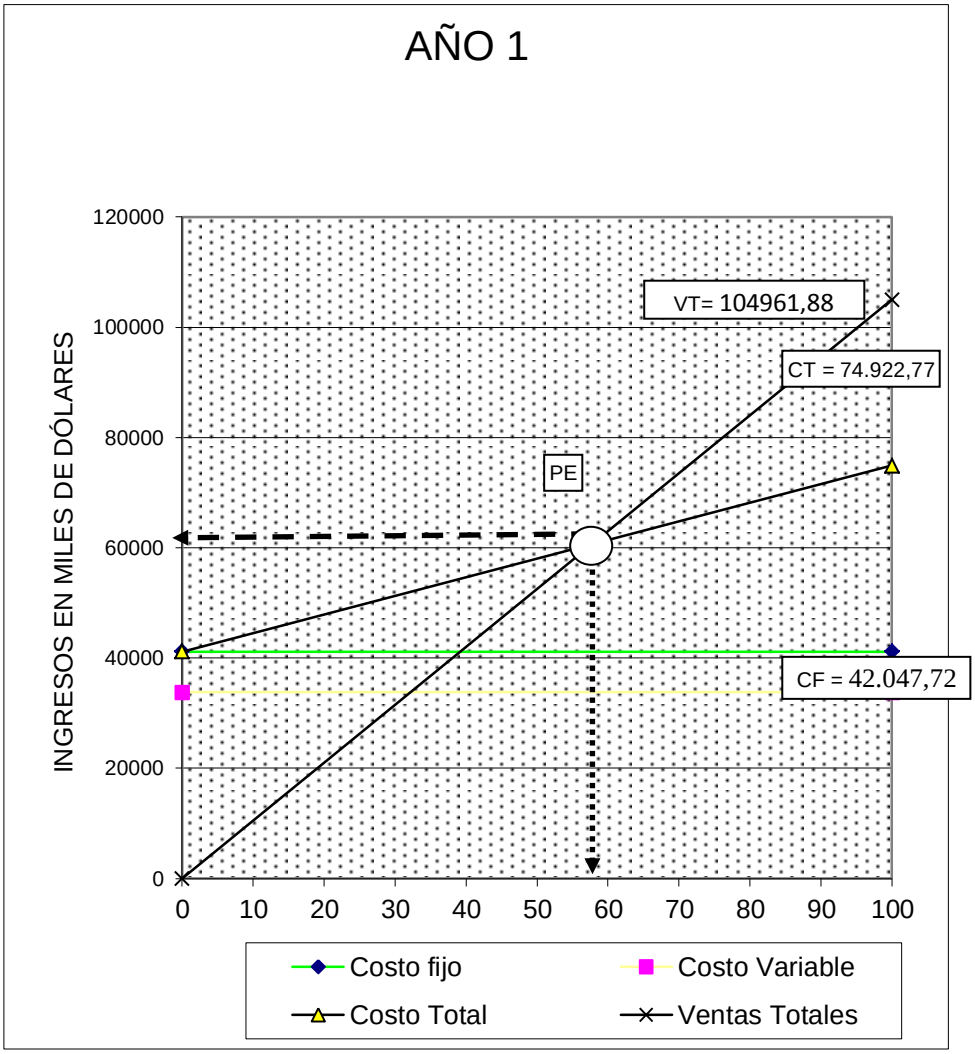
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{42.047,72}{104961,88 - 32.925,05} * 100 = \mathbf{57,80\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{42.047,72}{1 - \frac{32.925,05}{104961,88}} = \mathbf{60668,47}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 57,80% y con un ingreso en las ventas de 60668,47 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 5

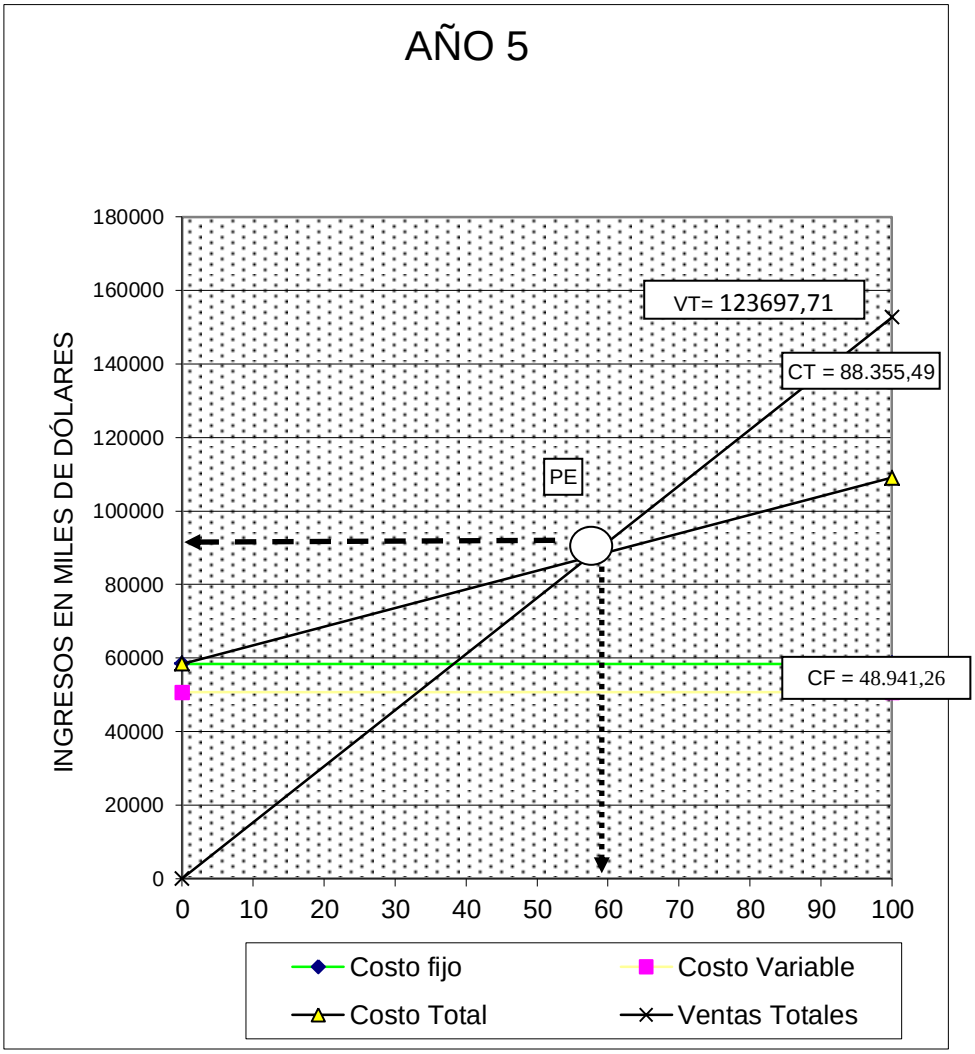
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{48.941,26}{123697,71 - 39.414,23} * 100 = \mathbf{57,55\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{48.941,26}{1 - \frac{39.414,23}{123697,71}} = \mathbf{71191,75}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 57,55% y con un ingreso en las ventas de 71191,75 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 10

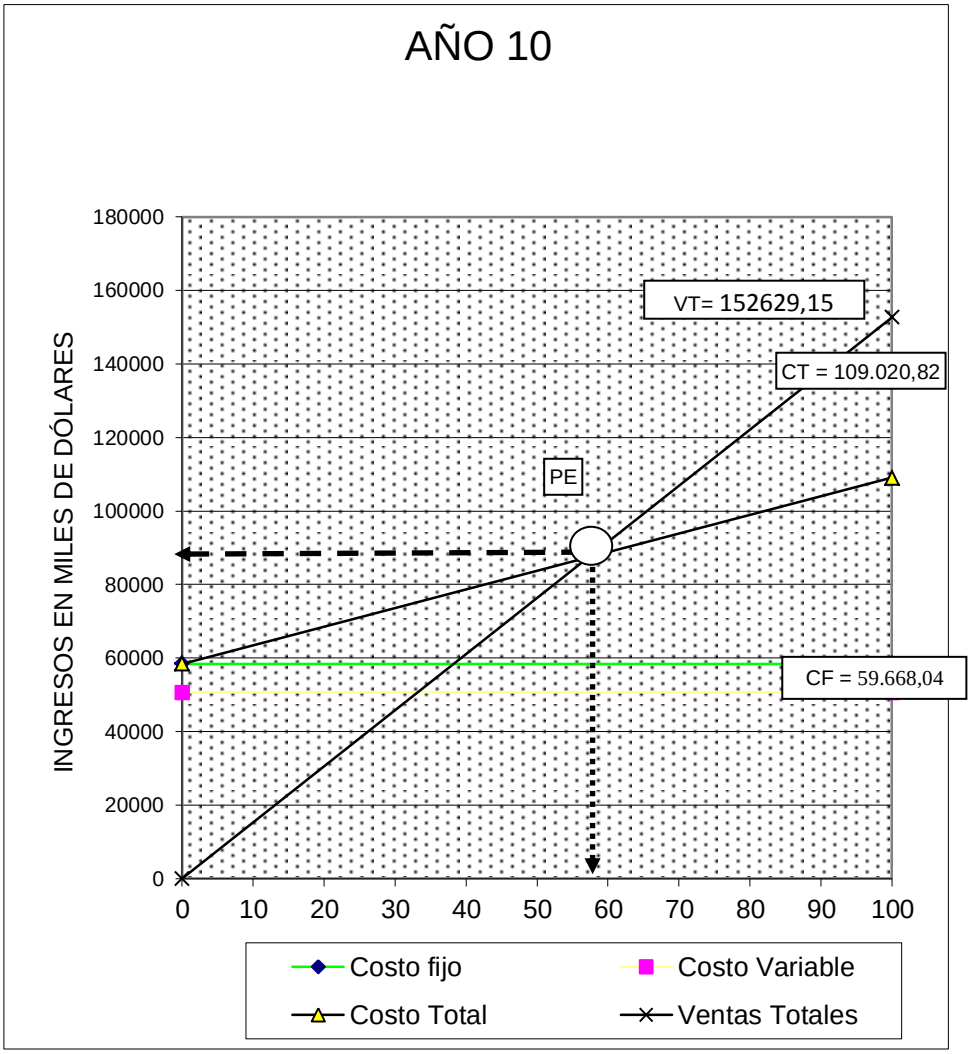
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{59.668,04}{152629,15 - 49.352,78} * 100 = \mathbf{57,25\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{59.668,04}{1 - \frac{49.352,78}{152629,15}} = \mathbf{87373,50}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 57,25% y con un ingreso en las ventas de 87373,50 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

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 Nº 35 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO 35
FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	104.961,88	109.320,81	113.889,90	118.678,84	123.697,71	128.957,14	134.468,14	139.722,91	146.291,77	152.629,15
Valor Residual			**58,28**			64,25			72,45	4.697,76
TOTAL INGRESOS	**104.961,88**	**109.320,81**	**113.948,18**	**118.678,84**	**123.697,71**	**129.021,39**	**134.468,14**	**139.722,91**	**146.364,22**	**157.326,91**
EGRESOS										
Costo de Producción	**74.972,77**	**78.086,29**	**81.349,93**	**84.770,60**	**88.355,51**	**92.112,24**	**96.048,67**	**99.802,08**	**104.494,12**	**109.020,82**
Reinversiones				1.625,00			1.749,00			2015,00
EGRESOS	**74.972,77**	**78.086,29**	**81.349,93**	**86.395,60**	**88.355,51**	**92.112,24**	**97.797,67**	**99.802,08**	**104.494,12**	**111.035,82**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**29.989,11**	**31.234,52**	**32.598,25**	**32.283,24**	**35.342,20**	**36.909,15**	**36.670,47**	**39.920,83**	**41.870,10**	**46.291,09**
(-) 15% Utilidad Trabajadores	4498,37	4685,18	4889,74	4842,49	5301,33	5536,37	5500,57	5988,12	6280,52	6943,66
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	**25.490,74**	**26.549,34**	**27.708,51**	**27.440,75**	**30.040,87**	**31.372,78**	**31.169,90**	**33.932,71**	**35.589,59**	**39.347,43**
(-) 25% Impuesto a la renta	6372,69	6637,34	6927,13	6860,19	7510,22	7843,19	7792,47	8483,18	8897,40	9836,86
UTILIDAD LIQUIDA	**19.118,06**	**19.912,01**	**20.781,38**	**20.580,57**	**22.530,65**	**23.529,58**	**23.377,42**	**25.449,53**	**26.692,19**	**29.510,57**
Amortización	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16	105,16
Depreciaciones	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70	4.059,70
UTILIDAD NETA	**14.953,20**	**15.747,15**	**16.616,52**	**16.415,71**	**18.365,79**	**19.364,72**	**19.212,56**	**21.284,67**	**22.527,33**	**25.345,71**
FUJO NETO DE CAJA	**14.953,20**	**15.747,15**	**16.616,52**	**16.415,71**	**18.365,79**	**19.364,72**	**19.212,56**	**21.284,67**	**22.527,33**	**25.345,71**

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 Nº 36

VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	23.647,73		
1	14.953,20	0,869565217	13.002,78
2	15.747,15	0,756143667	11.907,11
3	16.616,52	0,657516232	10.925,63
4	16.415,71	0,571753246	9.385,73
5	18.365,79	0,497176735	9.131,04
6	19.364,72	0,432327596	8.371,90
7	19.212,56	0,37593704	7.222,71
8	21.284,67	0,326901774	6.958,00
9	22.527,33	0,284262412	6.403,67
10	25.345,71	0,247184706	6.265,07
			89.573,66
			23.647,73
			65.925,93

FA = 1 / (1 + i)n

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 89.573,66 23.647,73

VAN = **65.925,93**

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 37
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		14.953,20	
2	23.647,73	15.747,15	30.700,34
3		16.616,52	47.316,87
4		16.415,71	63.732,57
5		18.365,79	82.098,37
6		19.364,72	101.463,09
7		19.212,56	120.675,65
8		21.284,67	141.960,32
9		22.527,33	164.487,65
10		25.345,71	189.833,36
		189.833,36	

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 1 \quad \frac{23647{,}73 - 14953{,}20}{15747{,}15}$$

PRC =	**1,55**			
			1	**Años**
	0,55 * 12 =	6,63	**6**	**Meses**
	0,63 * 30 =	18,77	**18**	**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 38
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 67,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 68,00%	VAN MAYOR
0			23.647,73		23.647,73
1	14.953,20	0,5988023952	8.954,01	0,5952380952	8.900,71
2	15.747,15	0,3585643085	5.646,36	0,3543083900	5.579,35
3	16.616,52	0,2147091668	3.567,72	0,2108978512	3.504,39
4	16.415,71	0,1285683633	2.110,54	0,1255344352	2.060,74
5	18.365,79	0,0769870439	1.413,93	0,0747228781	1.372,34
6	19.364,72	0,0461000263	892,71	0,0444779036	861,30
7	19.212,56	0,0276048062	530,36	0,0264749426	508,65
8	21.284,67	0,0165298241	351,83	0,0157588944	335,42
9	22.527,33	0,0098980982	222,98	0,0093802943	211,31
10	25.345,71	0,0059270049	150,22	0,0055835085	141,52
			192,94		**-171,99**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 67 + 1{,}00 \left(\frac{192{,}94}{364{,}93} \right)$$

$$TIR = 67 + 1{,}00 \left(0{,}53 \right)$$

$$TIR = 67 + 0{,}53 \left(\right.$$

$$\mathbf{TIR = 67{,}53} \ \%$$

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 39
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	74972,77	0,8695652174	65193,71	104961,88	0,8695652174	91271,20
2	78086,29	0,7561436673	59044,45	109320,81	0,7561436673	82662,24
3	81349,93	0,6575162324	53488,90	113889,90	0,6575162324	74884,46
4	84770,60	0,5717532456	48467,87	118678,84	0,5717532456	67855,01
5	88355,51	0,4971767353	43928,30	123697,71	0,4971767353	61499,62
6	92112,24	0,4323275959	39822,66	128957,14	0,4323275959	55751,73
7	96048,67	0,3759370399	36108,25	134468,14	0,3759370399	50551,55
8	99802,08	0,3269017738	32625,48	139722,91	0,3269017738	45675,67
9	104494,12	0,2842624120	29703,75	146291,77	0,2842624120	41585,25
10	109020,82	0,2471847061	26948,28	152629,15	0,2471847061	37727,59
			435.331,66			609.464,33

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{609464,33}{435331,66}$$

R (B/C) = 1,40 Dólares

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 28% en los costos y una disminución del 19,99% 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.

- 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 disminuidos o incrementados en un 28% y en un 19,99%, 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

$$\textbf{\% de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{\% Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

CUADRO 40

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 28 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 28,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 40,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MAYOR
0						23.647,73		23.647,73
1	74.972,77	95.920,16	104.961,88	9.041,72	0,7142857143	6.458,37	0,7092198582	6.412,57
2	78.086,29	99.903,60	109.320,81	9.417,21	0,5102040816	4.804,70	0,5029928072	4.736,79
3	81.349,93	104.079,10	113.889,90	9.810,80	0,3644314869	3.575,36	0,3567324874	3.499,83
4	84.770,60	108.455,51	118.678,84	10.223,33	0,2603082049	2.661,22	0,2530017641	2.586,52
5	88.355,51	113.042,04	123.697,71	10.655,67	0,1859344321	1.981,26	0,1794338752	1.911,99
6	92.112,24	117.848,40	128.957,14	11.108,74	0,1328103086	1.475,36	0,1272580676	1.413,68
7	96.048,67	122.884,67	134.468,14	11.583,47	0,0948645062	1.098,86	0,0902539486	1.045,45
8	99.802,08	127.686,78	139.722,91	12.036,13	0,0677603615	815,57	0,0640098926	770,43
9	104.494,12	133.689,78	146.291,77	12.601,99	0,0484002582	609,94	0,0453970870	572,09
10	109.020,82	139.481,24	152.629,15	13.147,91	0,0345716130	454,54	0,0321965156	423,32
						287,45		**-275,06**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 40{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{287{,}45}{562{,}51} \right) = \mathbf{40{,}51\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 67,53 - 40,51 = 27,02 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 27,02 / 67,53 = 40,01%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 40,01 / 40,51 = **0,999**

CUADRO 41

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 19,99 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 19,99%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 40,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MAYOR
0						23.647,73		23.647,73
1	74.972,77	83.980,00	104.961,88	9.007,23	0,7142857143	6.433,74	0,7092198582	6.388,11
2	78.086,29	87.467,58	109.320,81	9.381,29	0,5102040816	4.786,37	0,5029928072	4.718,72
3	81.349,93	91.123,31	113.889,90	9.773,38	0,3644314869	3.561,73	0,3567324874	3.486,48
4	84.770,60	94.954,94	118.678,84	10.184,34	0,2603082049	2.651,07	0,2530017641	2.576,66
5	88.355,51	98.970,54	123.697,71	10.615,03	0,1859344321	1.973,70	0,1794338752	1.904,70
6	92.112,24	103.178,61	128.957,14	11.066,37	0,1328103086	1.469,73	0,1272580676	1.408,28
7	96.048,67	107.587,96	134.468,14	11.539,29	0,0948645062	1.094,67	0,0902539486	1.041,47
8	99.802,08	111.792,30	139.722,91	11.990,22	0,0677603615	812,46	0,0640098926	767,49
9	104.494,12	117.048,05	146.291,77	12.553,93	0,0484002582	607,61	0,0453970870	569,91
10	109.020,82	122.118,58	152.629,15	13.097,76	0,0345716130	452,81	0,0321965156	421,70
						196,15		**-364,21**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 40{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{196{,}15}{560{,}37} \right) = \mathbf{40{,}35\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 67,53 - 40,35 = 27,18 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 27,18 / 67,53 = 40,25%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 40,25 / 40,35 = **0,999**

h) CONCLUSIONES

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

- De acuerdo a la capacidad instalada en el primer año de vida de la empresa, se estará en capacidad de producir 23.951 libras de Harina de Chonta.

- 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 productora de harina de Chonta, contará con tres socios los cuales aportarán con el 57,71% del total de la inversión y el resto mediante el financiamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Julio.

- La empresa se ubicará en el cantón Tena, Barrio Santa Inés Km. 1 ½ vía Tena Archidona.

- Se contará con un local amplio y agradable, utilizando la mejor capacidad de producir Harina de Chonta.

- El financiamiento del presente proyecto será con un crédito de $ 10.000,00 y el resto con recursos propios;

- 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.

B/C = Es mayor a uno, por lo tanto se puede realizar el proyecto.

TIR = Es mayor al costo del capital, por lo tanto el valor es satisfactorio.

Periodo de Recuperación = La inversión se la recupera en 1 año, 6 meses y 18 días.

- Por todas las razones aquí expuestas, se concluye que la demanda del servicio comunitario turístico 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 productivo de la provincia de Napo.
- ✓ 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.
- ✓ Al poner en marcha este proyecto, es importante contratar mano de obra del lugar, con el fin de ayudar al desarrollo productivo 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., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991.
- ✓ ACHIG, Lucas., **Metodología de la Investigación Social**., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.
- ✓ BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994.
- ✓ BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**., Edit. Continental S.A., México., 1971.
- ✓ BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.
- ✓ DAVALOS ARCENALES, Nelson., **Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría**., Tomo II., 1990.
- ✓ FOLLETO., **El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano**., Características y Perspectivas.
- ✓ GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., **Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
- ✓ GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., **Biblioteca Práctica de Contabilidad**., Vol. 4., Ed. Grupo Océano.

- ✓ KOLHER, Eric., **Diccionario para Contadores**., Edit. Limusa S.A., México., 1992.
- ✓ LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
- ✓ MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977.
- ✓ NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968.
- ✓ OROZCO, José., **Contabilidad General**., Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.
- ✓ REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 1982.
- ✓ ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España.
- ✓ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
- ✓ VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada**., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

k) ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN

TEMA:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HARINA DE CHONTA EN LA PROVINCIA DE NAPO"

PROBLEMATICA:

Las empresas en nuestro país van incrementado en su número cada vez más, y las que existen, en respuesta van actualizando su tecnología, esto obliga para que se enmarquen dentro de procesos de eficiencia y eficacia.

En la Región Amazónica vive el 5% de los ecuatorianos, esta región cuenta con una extensión de 120.000 Km cuadrados, la misma que posee un sin número especies y variedades en flora y fauna; además, cuenta con varios productos agrícolas aun vírgenes de explotación.

La Provincia de Napo cuenta con cinco cantones los cuales son: Arosemena Tola, Tena (Capital de Provincia), Arciona, Quijos y El Chaco; la Provincia en sus cantones tiene una variedad de clima, es por ello que tiene una diversidad de producción agrícola como lo es, en la zona alta (Quijos y El Chaco) que se dedican a la producción ganadera por

contar con buen pastizal y clima apropiado, mientras que en la parte baja como (Tena, Archidona y Arosemena Tola), la producción es de productos tropicales como el plátano, yuca, maíz y producción maderera, sin dejar de lado la maravilla de escenarios naturales que posee.

El cantón Tena cuenta con 46.007 habitantes los mismos que en su mayoría se dedican a la comercialización de productos de primera necesidad; producción agrícola, que en gran parte es para consumo interno, producción maderera, la misma que es exportada a otras provincias; y explotación turística, como predominante, la que ocupa la mayoría de puestos de trabajo en la provincia, por ser un lugar tan bello, se aprovechan los lugares y atractivos naturales de la zona.

La Provincia de Napo a diferencia de otras Provincias en el Ecuador cuenta con una variedad de climas, de suelos, además de los ríos que lo rodean, posee petróleo en estado sólido, que se explota actualmente, a baja escala, entre otros elementos, que hacen de esta zona rica en recursos.

El número de habitantes económicamente activa es de 30.027 habitantes, que representa el 39%, de los cuales solo el 5% están vinculados en algún tipo de empresa.

La inversión en la Provincia y en el Cantón Tena, en lo referente a empresas turísticas, de producción, de servicio y de comercialización es mínima.

La Chonta en la Provincia de Napo es producida netamente para el aprovechamiento de su madera, por cuanto es utilizada por artesanos para la fabricación de sillas, adornos y como bases para la construcción de casas de madera, no para el aprovechamiento de su fruto, el mismo que es consumido al natural, existiendo una sobre oferta en los mercados

locales en temporada. Es por ello que se ha visto pertinente la creación de una Empresa de Producción de Harina de Chonta; La empresa tiene como objetivo principal suplir la necesidad de abastecer a la Provincia de Napo y sus alrededores de un producto nutritivo y de alta calidad alimenticia como es la harina de chonta, la misma que tiene como materia prima esta fruta típica de la Amazonía Ecuatoriana. La empresa en si se dedicara a la producción de dicho producto, por cuanto no existe en el mercado y esta fruta es de consumo masivo en esta provincia, el producto será expendido en diferentes presentaciones para que esté al alcance de todos.

El problema central radica en: "LA INEXISTENCIA DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCION DE HARINA DE CHONTADURO, QUE APROVECHE LA MATERIA PRIMA DENTRO DEL CANTON TENA, PROVINCIA DE NAPO"

JUSTIFICACIÓN:

ACADEMICA.

La Universidad Nacional de Loja con su Modalidad de Estudios a Distancia, por medio de la carrera de Administración de Empresas se ha caracterizado en entregar a la sociedad profesionales de primer nivel, los mismos que después de estudiar durante cinco años deben realizar como requisito indispensable para obtener el título académico de Ingeniero Comercial, el trabajo de investigación para poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante todo el transcurso de nuestra formación académica.

El presente trabajo de investigación servirá como fuente de información bibliográfica para estudiantes y como información para inversionistas interesados en la creación de nuevas empresas en la Provincia de Napo.

SOCIAL.

La necesidad de crear una nueva empresa favorece la producción agrícola con la utilización de nuevas zonas de explotación de chonta, la utilización de mano de obra de la zona, y su consecuente producción y comercialización lo que incorpora el uso de recursos y el aporte al desarrollo de nuestro País, entregando a la sociedad nuevas fuentes de trabajo y proporcionando un nuevo producto para satisfacer sus necesidades.

ECONOMICA.

Las pequeñas y medianas empresas se constituyen en uno de los puntales fundamentales de la economía del país, pues su inclusión en el esquema productivo nacional no se reduce exclusivamente a su actuación como un engranaje más, sino que adquiere la relevancia de constituir uno de los principales motores del mismo, su aporte sin embargo si no resulta significativo unitariamente, si resulta importante en su conjunto.

En este sentido la Provincia de Napo como una de las más grandes en extensión del país, necesita de un análisis de oportunidades para conocer y dar a conocer su producción, en este caso la producción de harina de chontaduro, resulta una oportunidad, sus recursos que aún no se han explotado para que de esta manera se pueda invertir, creando fuentes de trabajo y de ingreso para el país.

AMBIENTAL

Es bien conocido que las industrias están acabando con el medio ambiente, es por ello que la nuevas empresas dirigen su producción siempre enfocándose a la conservación del medio ambiente; de esta misma manera la Empresa de producción de Harina de Chontaduro no necesita de ningún componente químico que pueda alterar el medio ambiente, justificándose para su creación.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

Realizar un Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa Productora Y Comercializadora de Harina de Chonta en la Provincia de Napo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Realizar el estudio de mercado en la Provincia de Napo con la finalidad de determinar la demanda y oferta de la harina de chontaduro en el cantón Tena.
- Realizar el estudio técnico correspondiente con la finalidad de localización geográfica óptima de la fábrica, la maquinaria, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.
- Realizar el estudio Administrativo correspondiente con la finalidad de organizar el personal que laborara en la Empresa.

- Diseñar como quedaría la estructura organizacional de la empresa a implementarse con la elaboración del manual de funciones correspondiente con el objetivo de establecer las funciones y nivel jerárquico del personal.
- Realizar la correspondiente evaluación y viabilidad económica y financiera, tomando en cuenta la inversión total para la realización del proyecto y su financiamiento, presupuesto de ingresos, estimar y proyectar los costos y gastos, determinar su factibilidad, y su rentabilidad a través de los indicadores financieros, además de producción y operación.

METODOLOGIA.

Para el desarrollo de la presente investigación se recurrirá a la aplicación de las siguientes técnicas, métodos investigativos, herramientas que me van a permitir ordenar de la forma más adecuada toda la información recopilada, además de la aplicación de fórmulas para el cálculo de la muestra y distribución muestral.

Para la realización del presente trabajo investigativo voy a utilizar el método científico como base para alcanzar conocimientos válidos mediante instrumentos confiables.

Esta investigación es de carácter descriptiva por lo cual se utilizará el método inductivo, mediante las técnicas de investigación documental, como libros, resúmenes, etc.

Por cuanto tenemos que recopilar, elaborar e interpretar datos numéricos, es necesaria la aplicación del Método Estadístico.

La observación científica como método nos ayudará a la percepción directa del objeto de investigación.

Además el Método Deductivo me ayudará a llegar a la deducción de principios desconocidos partiendo de los conocidos, por cuanto tenemos que partir de nuestros conocimientos empíricos sobre la fabricación de la harina de chontaduro para luego a través de esta investigación conocer científicamente su elaboración.

Para la realización de ésta investigación me trasladare hacia todos los cantones de la Provincia de Napo, para poder conocer sobre la profundidad de nuestro tema y conocer de la opinión de la gente Napense y poder determinar la oferta y demanda, utilizare las técnicas de la encuesta y entrevista.

Se utilizara técnicas como entrevistas, encuestas y un cuestionario con diferentes preguntas, estos cuestionarios los contestaran un número determinado de personas de acuerdo a la muestra de la población, a la que se la calcula de la siguiente manera.

La población de la Provincia de Napo es de 109.919 habitantes[3], el producto que se pretende comercializar se lo calculara de acuerdo al número de familias, poniendo como base cuatro miembros por cada familia; es así que el total de la población dividimos para cuatro que nos resulta una población de 27.479 familias, según el inec, aplicamos la [4]fórmula matemática:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q} \quad 40$$

Donde reemplazando las cantidades respectivas con un margen de error del 5% y el nivel de confianza del 95%, encontramos la muestra de la población de la Provincia de

3 www.explored.com.ec

4 www.uaq.mx/matematicas/estadisticas/xu5html

Napo que alcanza a 375 encuestas, las mismas que serán distribuidas en los cinco cantones de la Provincia de acuerdo a como lo interpreta la muestra.

ANEXO Nº 2

MODELO DE ENCUESTA

1. ¿Ud. Consume chonta?

2. ¿Consume usted harina de chonta?

3.- ¿Qué cantidad de Harina de Chonta Consume Mensualmente?

4. ¿Qué precio paga por la libra de Harina de Chonta?

5.- ¿Cuáles son los factores que le determina el comprar Harina de Chonta?

6.- ¿En qué lugares adquiere Harina de Chonta?

7.- ¿Si se creara una empresa Napense que se dedique a la producción de Harina de Chonta compraría el producto?

8.- ¿Qué medios de comunicación local escucha y ve con mayor frecuencia?

9. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

10. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

ANEXO Nº 3

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Chonta	Libras	119.754,00	0,10	11.975,40
TOTAL				11.975,40

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 3.A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	11.975,40
2	12.526,27
3	13.102,48
4	13.705,19
5	14.335,63
6	14.995,07
7	15.684,84
8	16.406,34
9	17.161,04
10	17.950,44

ANEXO Nº 4

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Fundas	60.000,00	0,01	600,00
Etiquetas	60.000,00	0,05	3.000,00
TOTAL			3.600,00

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 4.A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	3.600,00
2	3.765,60
3	3.938,82
4	4.120,00
5	4.309,52
6	4.507,76
7	4.715,12
8	4.932,01
9	5.158,89
10	5.396,20

ANEXO Nº 5
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA
OBREROS

RUBRO/PUESTOS	OBREROS
Básico	318
Décimo Tercero 1/12	26,50
Décimo Cuarto SBU/12	26,50
Vacaciones 1/24	13,25
Aporte patronal 11.15%	35,46
Aporte IECE 0,5%	1,59
Aporte CECAP 0,5%	1,59
Remuneración unificada	422,89
Nro. De personas	2
Total Mensual	845,77
Total anual	**10.149,29**

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 5.A
PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	10.149,29
2	10.616,16
3	11.104,50
4	11.615,31
5	12.149,61
6	12.708,49
7	13.293,08
8	13.904,57
9	14.544,18
10	15.213,21

ANEXO Nº 6
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBRO/PUESTOS	JEFE DE PRODUCCIÓN
Básico	420
Décimo Tercero 1/12	35,00
Décimo Cuarto SBU/12	26,50
Vacaciones 1/24	17,50
Aporte patronal 11.15%	46,83
Aporte IECE 0,5%	2,1
Aporte CECAP 0,5%	2,1
Remuneración unificada	550,03
Nro. De personas	1
Total Mensual	550,03
Total anual	**6.600,36**

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 6.A
PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	6.600,36
2	6.903,98
3	7.221,56
4	7.553,75
5	7.901,22
6	8.264,68
7	8.644,86
8	9.042,52
9	9.458,47
10	9.893,56

ANEXO Nº 7

PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA

Secadora	1	298,00	500,00
Molino-Tamiz	1	341,00	180,00
Ollas Industriales	2	198,00	50,00
Utencillos			10,00
TOTAL			840,00

FUENTE: Almacenes Locales y Nacionales
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 7.A

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

Método: Línea Recta

Depreciación Anual = (Costo – Valor residual = Valor Total x 10%

= 840,00 x 0,1

= 84,00

V. residual) / Vida Útil

= (840,00 – 84,00) / 10

= 75,60

ANEXO Nº 8

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Guantes	36	1,20	43,20
Overoles	6	12,00	72,00
TOTAL			115,20

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 8.A

PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	115,20
2	120,50
3	126,04
4	131,84
5	137,90
6	144,25
7	150,88
8	157,82
9	165,08
10	172,68

ANEXO Nº 9
PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO

CANTIDAD	VAL. TOTAL
1	11.000,00
	11.000,00

FUENTE: Patios de carros de la ciudad
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 9.A

DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 11.000 x 0,1

= 1.100

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (11.000 – 1.100) / 10

= 990,00

ANEXO Nº 10

PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

El mantenimiento corresponde al 3%		
mensual del valor del activo	50,00	600,00

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 10.A

PROYECCIÓN PARA MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	600,00
2	627,60
3	656,47
4	686,67
5	718,25
6	751,29
7	785,85
8	822,00
9	859,81
10	899,37

ANEXO Nº 11

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de energía				
eléctrica	358	0,090	32,22	386,64
				386,64

FUENTE: Empresa Eléctrica

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 11.A

PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	386,64
2	404,43
3	423,03
4	442,49
5	462,84
6	484,13
7	506,40
8	529,70
9	554,06
10	579,55

ANEXO Nº 12

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	CANT. M 3	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de agua				
potable	123	0,056	6,89	82,66
				82,66

FUENTE: Empresa Municipal de Agua Potable

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 12.A

PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	82,66
2	86,46
3	90,44
4	94,60
5	98,95
6	103,50
7	108,26
8	113,24
9	118,45
10	123,90

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE GAS

Un cilindro de gas de 15 Kg. Cuesta $ 2.00 dólares y dura aproximadamente para la producción 20 días laborables; teniendo en el año 240 días laborables dividiendo 240/20 tenemos que vamos a necesitar 12 cilindros de gas al año.

ANEXO Nº 13

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	CANT	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de gas	12	2,00	2,00	24,00

FUENTE: Centro de Acopio
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 13.A

PROYECCIÓN POR CONSUMO DE GAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	24,00
2	25,10
3	26,26
4	27,47
5	28,73
6	30,05
7	31,43
8	32,88
9	34,39
10	35,97

ANEXO Nº 14

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1051,62	105,16	946,46
2	946,46	105,16	841,30
3	841,30	105,16	736,13
4	736,13	105,16	630,97
5	630,97	105,16	525,81
6	525,81	105,16	420,65
7	420,65	105,16	315,49
8	315,49	105,16	210,32
9	210,32	105,16	105,16
10	105,16	105,16	0,00

FUENTE: Cuadros Nº 25
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 15

PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CONSERJE GUARDIÁN
Básico	550	420	318
Décimo Tercero 1/12	45,83	35,00	26,50
Décimo Cuarto SBU/12	26,50	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	22,92	17,50	13,25
Aporte patronal 11.15%	61,33	46,83	35,46
Aporte IECE 0,5%	2,75	2,1	1,59
Aporte CECAP 0,5%	2,75	2,1	1,59
Remuneración unificada	712,08	550,03	422,89
Nro. De personas	1	1	1
Total Mensual	712,08	550,03	422,89
Total anual	**8.544,90**	**6.600,36**	**5.074,64**

FUENTE: La Tablita 2013
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 15.A
PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	20.219,90
2	21.150,02
3	22.122,92
4	23.140,57
5	24.205,04
6	25.318,47
7	26.483,12
8	27.701,34
9	28.975,60
10	30.308,48

ANEXO Nº 16
PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	198,00	198,00
Sillón tipo gerente	1	45,00	45,00
Escritorio tipo Secretaria	1	119,00	119,00
Silla giratoria	1	45,00	45,00
Sillas	12	9,00	108,00
Archivadores	2	95,00	190,00
Estantes	2	76,00	152,00
Sumadora	1	32,00	32,00
Teléfono	2	59,00	118,00
Total:			1.007,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 16.A
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 2.693 x 0,1

= 269,30

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Util

= (2.693 – 269,30) / 10

= 242,37

ANEXO Nº 17
PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadora	2	750,00	1.500,00
Impresora	2	120,00	240,00
Total:			1.740,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 17.A
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 1.740 x 0,3333

= 579,94

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Util

= (1.740 – 579,94) / 3

= 386,69

ANEXO Nº 18

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Papel bond	10000	0,006	60
Papel copia	10000	0,004	40
Lápices	30	0,15	4,5
Esferográficos	30	0,25	7,5
Otros 5%			5,60
Total			117,60

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 18.A

PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	117,60
2	123,01
3	128,67
4	134,59
5	140,78
6	147,25
7	154,03
8	161,11
9	168,52
10	176,28

ANEXO Nº 19

PRESUPUESTO Y PROYECCIÓ PARA CONSUMO TELEFÓNICO

Para consumo telefónico se ha considerado la base de 30 dólares mensuales, resultando para el primer año 360,00 dólares.

ANEXO Nº 19. A

PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	360,00
2	376,56
3	393,88
4	412,00
5	430,95
6	450,78
7	471,51
8	493,20
9	515,89
10	539,62

ANEXO Nº 20

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
T.V Local	120,00	1.440,00
		1.440,00

FUENTE: Medios de comunicación
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 20.A

PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	1440,00
2	1506,24
3	1575,53
4	1648,00
5	1723,81
6	1803,10
7	1886,05
8	1972,81
9	2063,55
10	2158,48

ANEXO Nº 21

PRESUPUESTO DE ARRIENDO

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Arriendo	300,00	3.600,00
TOTAL		3.600,00

FUENTE: Precios comerciales
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 21.A

PROYECCIÓN DE ARRIENDO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 7,9
1	3.600,00
2	3.884,40
3	4.191,27
4	4.522,38
5	4.879,65
6	5.265,14
7	5.681,08
8	6.129,89
9	6.614,15
10	7.136,67

ANEXO Nº 22
PRESUPUESTO DE PERSONAL DE VENTAS

RUBRO/PUESTOS	JEFE DE VENTAS	VENDEDOR
Básico	420	318
Décimo Tercero 1/12	35,00	26,50
Décimo Cuarto SBU/12	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	17,50	13,25
Aporte patronal 11.15%	46,83	35,46
Aporte IECE 0,5%	2,1	1,59
Aporte CECAP 0,5%	2,1	1,59
Remuneración unificada	550,03	422,89
Nro. De personas	1	1
Total Mensual	550,03	422,89
Total anual	**6.600,36**	**5.074,64**

FUENTE: La Tablita 2013
ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 22 A

PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,6
1	11.675,00
2	12.212,05
3	12.773,80
4	13.361,40
5	13.976,02
6	14.618,92
7	15.291,39
8	15.994,80
9	16.730,56
10	17.500,16

INDICE

PORTADA i

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

AGRADECIMIENTO v

DEDICATORIA vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

ABSTRACT 5

c. INTRODUCCIÓN 8

d. REVISIÓN DE LITERATURA 10

e. MATERIALES Y MÉTODOS 46

f. RESULTADOS 51

g DISCUSIÓN 66

h. CONCLUSIONES 146

i. RECOMENDACIONES 148

j. BIBLIOGRAFÍA 149

k. ANEXOS 151

ÍNDICE 178