UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo

DIRECTOR:

Ing. Edison Espinosa Bailón

Loja - Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Espinosa B.

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de Tesis titulado: "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE",** realizado por la Señorita Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo, se ha desarrollado bajo mi dirección y luego de revisarla y una vez comprobado que cumple con todos los requisitos estipulados para este tipo de trabajos, autorizo su presentación ante el respectivo tribunal de grado.

Loja, Marzo de 2016

Ing. Edison Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo

FIRMA. .....

CÉDULA: 1900760180

FECHA: Loja, marzo del 2016

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

Yo, Paulina Gutiérrez Apolo, declaro ser autora de la tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"**, como requisito para optar al grado de **Ingeniera Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a loa 8 días del mes de marzo del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma: .....
Autora: Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo
Cédula: 1900760180
Dirección: Yantzaza: Calle Zamora entre 26 de Febrero y 22 de Noviembre
Correo Electrónico: padefa@hotmail.es
Celular: teléfono 073038393 celular 0939546193

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Edison Espinosa Bailón

Tribunal de Grado:

- Ing. Mg. Andrea Paulina Colambo Y. Presidente:
- Ing. Mg. Víctor Nivaldo Anguisaca G. Vocal:
- Ing. Mg. Edwin Bladimir Hernández Q. Vocal:

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento eterno, a la Universidad Nacional de Loja, en su Modalidad de Estudios a Distancia y de manera especial a la Carrera de Administración de Empresas, por permitirme ser parte de

A todos y cada uno de los docentes, que me han dotado de conocimientos y me han permitido culminar esta gran etapa; de manera especial al Ing. Edison Espinosa B., quien con sus sabios conocimientos supo guiarme y aconsejarme en el transcurso de desarrollo del presente proyecto investigativo.

Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo

DEDICATORIA

Con cariño y gratitud dedico este trabajo fruto del sacrificio y dedicación a Dios guardián de mi existencia, a mis queridos padres por ser el pilar fundamental en mi vida y ejemplo de valor y trabajo, que me ha impulsado a continuar siempre adelante y no desmayar en mi anhelo de superación.

A mi hija quien es mi razón de vida y motivo de mi superación para que tenga un espejo y guía a seguir.

A mis hermanos familiares y amigos por brindarme su apoyo incondicional en mi deseo de superación para culminar mis estudios universitarios y así poder llegar a ser una buena profesional y engrandecer a mi país.

Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo

a.- TÍTULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE

PROBLEMÁTICA

b.- RESUMEN

Con la realización del presente estudio, se pudo establecer que en la ciudad de Yantzaza existe una gran demanda de carne vegetal la misma que no está satisfecha en su totalidad, razón por la que se procedió a realizar un **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PROBLEMÁTICA.**

El objetivo del proyecto es ofrecer a la ciudadanía Yantzacense una empresa de carne vegetal fresca de exquisito sabor y con una presentación acorde a las necesidades del cliente. La idea nace de la demanda insatisfecha del cantón Yantzaza, previo a un estudio y análisis del mercado. El mismo que se desarrolló de acuerdo a las necesidades de las familias Yantzacenses.

Con el estudio de mercado se determinó que existe una demanda efectiva de 172.585 libras de carne vegetal, con una oferta de 35.112 y Cuenta con una demanda insatisfecha de 137.473 libras de carne vegetal por año.

Con el estudio técnico, se analizó el tamaño y localización de la empresa, la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación dentro del cantón,

con el análisis y ponderación se determinó que el Barrió La Delicia en las calles Adelaida Marcillo y Machinatza esquina, del cantón Yantzaza, presta las mejores condiciones, siendo un lugar estratégico, para generar ingresos económicos ya que la afluencia de personas en este sector, es concurrida y de fácil acceso.

El Estudio Administrativo de la Empresa permitió determinar su estructura orgánica, funcional, una base legal y organizacional permite determinar funciones y responsabilidades de cada uno de los elementos que la conforman.

Se concluye con un análisis financiero, un cálculo de los recursos necesarios y fuentes de financiamiento necesarias que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa, determinándose una inversión total que es de 31.621,44 dólares, la misma que se ejecutará bajo dos modalidades una inversión propia de 15.621,44 dólares correspondientes al 49,40%, y una inversión ajena financiada por la corporación financiera nacional de 16.000,00 correspondientes al 50,60%, se espera que la empresa tenga un ingreso promedio para el primer año 186.279,61 dólares, cifras que están respaldadas en los respectivos presupuestos.

Según los indicadores financieros se demuestra la viabilidad del proyecto teniendo como: Valor Actual Neto (VAN) de 84.189,85 dólares Tasa Interna

de Retorno (TIR) 58,11% Relación Beneficio Costo (B/C) 1,14% Periodo de Recuperación de Capital (PRC) 1 años 4 meses con 13 días, que demuestran que el proyecto es factible de realizarse por lo tanto es conveniente su ejecución sensibilidad del 7,69% con incremento en los costos y con un decremento del 6,70% en los ingresos lo que demuestra que no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad, por lo que se recomienda su ejecución.

Finalmente se exponen las respectivas conclusiones y recomendaciones a que se ha llegado, las mismas que se dejan planteadas con la debida sustentación que ello amerita, esperando sirva dicha investigación como fuente de investigación para otros proyectos

ABSTRACT

With the completion of this study, it was established that in the city of Yantzaza there is a great demand for vegetable meat it is not satisfied in full, which is why we proceeded to perform a PROJECT FEASIBILITY FOR CREATING A MEAT PRODUCTION COMPANY PLANT AND MARKETING IN THE CANTON Yantzaza, province of Zamora Chinchipe PROBLEM.

The project goal is to offer citizens a company Yantzacense fresh vegetable meat exquisite taste and with a presentation corde to customer needs. The idea stems from the canton unmet demand Yantzaza prior to study and market analysis. The same that was developed according to the needs of families Yantzacenses.

With the market study determined that there is an effective demand for 172,585 pounds of meat plant, with an offer of 35,112 and has an unmet demand for 137,473 pounds of meat per year plant.

With the technical study, the size and location of the company, installed and used capacity and the best location within the canton, with the analysis and weighting was analyzed it was determined that the La Delicia in the streets Adelaide Marcilio and Machinatza corner, canton Yantzaza, provides the best

conditions, with a strategic position to generate income as the influx of people in this sector, it is busy and easily accessible.

The Administrative Study of Enterprise allowed to determine its organic, functional structure, organizational and legal basis to determine roles and responsibilities of each of the elements that comprise it.

It concludes with a financial analysis, an estimate of the resources needed and funding sources that are required for the installation and operation of the company, determining a total investment is $ 31,621.44, the same that will be executed in two ways an investment of $ 15,621.44 own corresponding to 49.40%, and foreign investment financed by national financial corporation 16,000.00 corresponding to 50.60%, the company is expected to have an average income for the first year 186,279 , 61 dollars, figures that are backed in their respective budgets.

Net (NPV) Present Value of $ 84,189.85 Internal Rate of Return (IRR) 58.11% Benefit Cost Ratio (B / C) 1.14% Recovery Period: According to financial indicators the feasibility of the project having as demonstrated Capital (PRC) 1 year 4 months 13 days, showing that the project is feasible to be done therefore is suitable execution sensitivity of 7.69% with increase in costs and

a decrease of 6.70% in income which shows that is not sensitive to changes and does not affect profitability, so its implementation is recommended.

Finally the respective conclusions and recommendations that have been reached are exposed, they are left raised with proper support that it deserves, hoping that investigation serve as a source of research for other projects

c.- INTRODUCCIÓN

La población de Yantzaza se caracterizada por que a sus habitantes les gusta alimentarse sanamente pero se han visto con grandes limitaciones al no existir en el cantón una empresa productora y comercializadora de carne vegetal que satisfaga los gustos y preferencias en su alimentación.

Con el fin de aportar en parte a la solución de este problema se presenta el siguiente proyecto como una nueva alternativa para las personas que prefieren alimentarse sanamente, a más de reducir los índices de desocupación por falta de fuentes de trabajo.

Razones por las que se emprendió en la realización de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de carne vegetal y su comercialización en el cantón Yantzaza Provincia de Zamora Chinchipe.

En el desarrollo de la presente investigación se planteó el siguiente objetivos específicos: Realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa productora de carne vegetal empacada al vacío y su comercialización en el cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe, de la misma manera se plantearon como objetivos específicos: Diseñar el estudio de mercado; que permita identificar el segmento de la

población al cual se va a dirigir el producto, para conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha, que tiene la carne vegetal en el cantón Yantzaza. Realizar un estudio técnico; que permita determinar el lugar idóneo donde se ubicaría la empresa, sus requerimientos, costos de materia prima e insumos necesarios para producir la carne vegetal. Elaborar un estudio administrativo donde se establezcan: las normas legales de constitución y operación de la empresa, la estructura administrativa, procedimientos, funciones y políticas que faciliten su administración. Realizar el estudio financiero que me permita obtener la inversión y presupuestos del proyecto.

El presente trabajo investigativo se estructura de la siguiente manera: un título de la tesis que se desarrolló, resumen que es un extracto de la investigación el mismo que se encuentra tanto en español como en inglés en el que consta un contenido del trabajo realizado, las razones que motivaron a la investigadora a determinar el tema y la estructura de la investigación la revisión literaria expresa las fuentes científicas que se valió la investigadora detallando los estudios necesario para la implantación del plan de inversión, luego se señalan los materiales, métodos y técnicas que se utilizaron en la investigación, para esto se aplicó dos tipos de encuestas, una a los potenciales demandantes del producto, así como a empresas que en la actualidad comercializan productos de similares características, las mismas que fueron analizadas, interpretadas y graficadas que permitieron realizar 4

estudios como son de mercado, técnico, administrativo y financiero. El estudio de mercado y que constituye la base primordial para determinar la posibilidad real de posicionamiento del producto en el mercado, la oferta y demanda, plan de comercialización a implementar para este proyecto de inversión. El estudio técnico que hace referencia al tamaño y localización con la finalidad de determinar la capacidad instalada y su capacidad utilizada de producción a más de la localización de esta empresa. Así mismo en la ingeniería que se refiere a la parte técnica del proyecto, enfoca cuestiones relativas a las investigaciones técnicas preliminares y a los problemas especiales de la ingeniería que se plantea, además incluye la selección de procesos de producción, especificación de equipos, estructuras y recursos humanos, entre otros. En estudio organizacional del proyecto se determinó su estructura orgánica funcional y posicional, con una base legal, manual de funciones. Mediante el estudio financiero se realizó el cálculo de los recursos necesarios que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa y las fuentes de financiamiento, tanto internos como externos, que son la base fundamental para la ejecución del proyecto, el mismo que cuenta con una inversión total respaldada en los respectivos presupuestos, los costos de producción, costos unitarios e ingresos por ventas, luego se detallan los estados financieros, hasta llegar a la evaluación financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto con sus respectivos indicadores financieros, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo

(B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad, tanto con incremento en los costos y con decremento en sus ingresos, finalmente, se determinaron las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó, del mismo modo se hace constar una bibliografía que sustente la investigación en la última parte se plantean los anexos que contienen los documentos de apoyo de la investigación realizada, en el índice se puede verificar los temas que se trataron en el presente estudio

MARCO TEORICO

Marco teórico referencial

Qué son las carnes vegetales

Gráfica 1

Carne vegetal

Fuente: http://www.webescuela.edu.py/Contenido/plantas

Son alternativas que aportan los mismos nutrientes, pero sin los riesgos que conlleva el consumir carne en exceso.

Estamos tan acostumbrados a consumir carne o tenemos el concepto tan arraigado de que es necesario comer carne a diario, que nos cuesta asimilar las recomendaciones de reducir nuestra ingesta de carnes a dos o tres veces por semana. Entonces, ¿qué vamos a comer[1]?

[1] http://www.webescuela.edu.py/Contenido/plantas_medicinales/soja.php

La realidad es que existen muchas alternativas en la alimentación para reemplazar la carne en nuestra dieta y por supuesto, son alternativas que aportan los mismos nutrientes, pero sin los riesgos que conlleva el consumir carne en exceso.

Las carnes vegetales consisten en alimentos preparados a base de productos de origen vegetal y que aportan las mismas proteínas y vitaminas que podemos obtener de la carne animal. La ventaja es que las carnes vegetales carecen de todas las toxinas que se encuentran en la carne (hormonas, saborizantes, colorantes, conservadores, etc.), además que la carne se considera un alimento que propicia la formación de tumores, ácido úrico y eleva el nivel de colesterol entre otras cosas. Por otra parte, tenemos la grasa animal que acompaña la carne, que bien sabemos es causa importante de la obesidad.

¿Cómo obtenemos las carnes vegetales? La fuente más conocida es el gluten que es la proteína del trigo, también tenemos los productos a base de soya o si conoces los champiñones tipo Portobello que son carnosos y pueden sustituir la carne en una hamburguesa, por ejemplo[2].

[2] http://www.webescuela.edu.py/Contenido/plantas_medicinales/soja.php

Utilizando las carnes vegetales se pueden lograr varias combinaciones con otros alimentos para lograr platillos con un contenido nutricional muy completo. Es importante aunque no relevante, que la consistencia de la carne vegetal sea similar al de la carne animal; esto es para conservar la sensación de estar comiendo carne y lograr mayor aceptación. Por eso, la presentación del gluten y preparados de soya, asemeja el aspecto de trozos de carne e incluso contienen saborizantes de carne[3].

La saludable Carne de Soya o trigo, también llamada carne vegetal, al igual que otros sucedáneos cárnicos, es una alternativa saludable a la proteína animal, grasas saturadas y colesterol, presentes en las carnes rojas, salchichas y embutidos. La carne de soya contiene además varios componentes de reconocida actividad anticancerígena.

Propiedades de la carne vegetal

Conocida también por el nombre de "proteína vegetal texturizada" (TPV), la soya, en su forma de carne vegetal, reemplaza completamente a la carne de origen animal; siendo similar en aspecto, pero superior en calidad.

Su origen está en el Poroto de Soya, del cual se ha extraído el Aceite de Soya o trigo obteniendo una Harina Desgrasada (procesada y secada), de textura

[3] http://es.wikipedia.org/wiki/Glycine_max

esponjosa similar a la de la carne de origen animal, siendo rica en proteína, hierro, calcio, zinc, fibra.

De hecho, a igual cantidad, esta forma de soya contiene el doble de proteínas que la carne animal, cuatro veces las proteínas de los huevos y doce veces las proteínas de la leche[4].

Posee vitaminas A, E, F y grupo B (tianina, riboflavina y niacina). Contiene minerales como fósforo, calcio, magnesio, hierro y cobre, siendo rica en leticina, la cual ayuda asimilación de las vitaminas. Es además muy beneficiosa para prevenir el estreñimiento, gracias a su porcentaje de fibras.

Contenido de la carne de soya.

Gráfica 2

CARNE DE SOYA

Peso: 300 g.

1 porción: 30 g. Porciones por envase: 10

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		ANÁLISIS MEDIO	
		por 100 g.	por porción
Energía	Kcal	365	110
Proteinas	g.	48,7	14,6
Grasa Total	g.	2,6	0,8
Hidratos Carbono Disponibles	g.	36,8	11,0

[4] http://es.wikipedia.org/wiki/Glycine_max

Marco conceptual

Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión 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 Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal[5].

Ciclo de Vida de los Proyectos.

Pre inversión.

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-

[5] Ala Hugo, “Diccionario de Términos Económicos”, Quito, 2010

financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados[6].

Fases en la etapa de pre inversión.

Selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Se entiende así las siguientes:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto.

2. Estudio del nivel de perfil.

3. Estudio de prefactibilidad.

4. Estudio de factibilidad.

---

[6] ARIAS, Fernando. Administración de las inversiones. Editorial Trillas. México 2011

De esta manera por sucesivas aproximaciones, se define el problema por resolver. En cada fase de estudios se requiere profundidad creciente, de modo de adquirir certidumbre respecto de la conveniencia del proyecto.

Otra ventaja del estudio por fases es la de permitir que al estudio mismo, se destine un mínimo de recursos. Esto es así porque, si una etapa se llega a la conclusión de que el proyecto no es viable técnica y económicamente, carece de sentido continuar con las siguientes. Por lo tanto se evitan gastos innecesarios.

Generación y análisis de la idea

Una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales[7].

Con el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y

[7] BACA, Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación. Editorial Mc Graw Hill, México 2010 p 118

establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas, grupos, sectores, regiones o a totalidad del país.

De la misma manera en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados. Respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es posible adoptar diversas decisiones, tales como abandonarla, postergar su estudio, o profundizar este[8].

Etapa de prefactibilidad.

Fase en la que se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de prefactibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

a. El mercado.

[8] BACA, Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación. Editorial Mc Graw Hill, México 2010 p.128

b. La tecnología.

c. El tamaño y la localización.

d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos analizas permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes[9].

Etapa de factibilidad

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la preinversión, se bordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.
Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de prefactibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como

[9] Dirección de Marketing y Ventas. Cultural edición S.A. Edición 2012. Madrid España p.56

localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociables o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El analizas de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento[10].

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.

[10] Vázquez Víctor H. Organización Aplicada, Mc Graw Hill 2011, Pág. 120

“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".[11]

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.

Demanda

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. Con el análisis se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo

[11] VELÁSQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2011

establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado

Clases de demanda

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto.

Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado[12].

Demanda Efectiva

Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones productos de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirían que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

[12] VELÁSQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 20'12

Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. [13]

Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colora en el mercado en un momento dado a un precio determinado. En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia por lo tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada, su producto en sí, presentación, empaque, su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto

Marketing Mix

Es importante considerar en el proyecto, las variables del marketing como el precio, plaza y mezcla promocional.

[13] Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión formulación y evaluación de proyectos. Mc Graw – Hill p. 145

Producto

Se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta. Por ejemplo, un producto Ford Taurus consiste en tuercas y pernos, bujías, pistones, faros y miles de componentes más. Ford ofrece varios estilos de Taurus y docenas de características opcionales. El automóvil incluye servicio completo y una garantía amplia que forman parte del producto tanto como el tubo de escape

Precios

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio y estos se clasifican en:

Análisis de la Plaza

La comercialización es un proceso que hacer posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo y los beneficios que los intermediarios aportan a la sociedad son[14]:

[14] Sapag, N. (2006). Proyectos de inversión formulación y evaluación de proyectos. Mc Graw – Hill p.147

- Asignan a los productos el sitio y el momento oportunos para ser consumidos adecuadamente.
- Concentran grandes volúmenes de diversos productos y los distribuyen haciéndolos llegar a lugares lejanos.
- Salvan grandes distancias y asumen los riesgos de la transportación acercando el mercado a cualquier tipo de consumidor.
- Al estar en contacto tanto con el productor como con el consumidor, conoce los gustos de este pide al primero que elabore exactamente la cantidad y el tipo de artículo que sabe que se venderá. Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y en función del cual se puede incrementar su valor. [15]

Plaza o distribución

Elemento del Mix que utilizamos para conseguir que el producto llegue satisfactoriamente al cliente

[15] Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión formulación y evaluación de proyectos. Mc Graw – Hill p152

Promoción y publicidad

Promoción

“Conjunto de actividades destinadas a estimular la compra de un producto, haciendo conocer sus ventajas competitivas con el fin de provocar la inducción de compra entre los consumidores”[16].

Publicidad

Se define como la comunicación de masa impersonal que incide sobre las actitudes de las personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupos de clientes, crea reconocimientos, mejor la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto. Los medios publicitarios más utilizados son: la televisión, la radio, la prensa, revista, vallas, cine, internet. [17]

---

[16] Soriano Soriano Claudio L. Biblioteca de manuales prácticos de marketing El marketing mix: concepto, estrategia y aplicaciones EDIGRAFOS S.A. (MADRID) pág. 10, 11,12, 13

[17]Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com

ESTUDIO TÉCNICO

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

El objetivo 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.

Permite describir 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[18]

---

[18] REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., México., 2010 p. 145

Tamaño del proyecto

Se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien y se debe considerar lo siguiente:

- Identificación de la demanda.
- Identificación de los insumos y suministros del proyecto.
- Importancia de la maquinaria, equipo y tecnología.
- Tamaño del proyecto y el financiamiento.

Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.

Capacidad Utilizada

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

Localización del proyecto

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. [19]

Los factores que intervienen en la localización se detallan en el siguiente cuadro

Cuadro 1

FACTORES	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE
Abastecimiento de Materia Prima	3	30%
Vías de Comunicación Adecuadas	3	30%
Disponibilidad de Mano de Obra	2	20%
Servicios Básicos Indispensables	1	10%
Disponibilidad del Mercado	1	10%
TOTAL	**10**	**100%**

Elaborado: MARCIAL Córdova Padilla Formulación y evaluación de proyectos

Macrolocalización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y

[19] Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com

establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema; sólo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.[20]

Microlocalización

El análisis de Microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

Ingeniería de proyectos

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

Descripción del producto

La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos), que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. [21]

---

[20] KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary,Fundamentos de marketing, Pág. 63
[21] Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com

Descripción del Proceso

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

Proceso Productivo

En esta fase se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generar el servicio.

Componentes Tecnológicos

Se refiere a la maquinaria y equipos o herramientas que son útiles para el buen funcionamiento y desempeño de todas las actividades de la empresa.

Flujogramas

Los diagramas de flujo son representaciones graficas de los pasos a seguir para llevar a cabo un proceso. Usado más que nada para llevar un orden de cómo realizar los procesos y esto ayuda sobretodo en tareas complejas.

Cuadro 2
Flujograma de Procesos

Nº	ACTIVIDADES	○	□	D	△	⇨	◙	RESPONSABLE	TIEMPO
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

Fuente: Gestión de Recursos Humanos
Elaborado: La Autora

Distribución de la Planta

La misión del diseñador es encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo y del equipo en aras a conseguir la máxima economía en el trabajo al mismo tiempo que la mayor seguridad y satisfacción de los trabajadores. La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal. Los objetivos de la distribución en planta son[22]

[22] REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 2010 p. 145

- Integración de todos los factores que afecten la distribución.
- Movimiento de material según distancias mínimas.
- Circulación del trabajo a través de la planta.
- Utilización “efectiva” de todo el espacio.
- Mínimo esfuerzo y seguridad en los trabajadores.
- Flexibilidad en la ordenación para facilitar reajustes. [23]

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

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.

[23] Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com

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[24]

Estructura legal

Entre las formas legales más representativas de la organización empresarial en países de economía privada o mixta, se puede distinguir las de empresario individual, compañía de responsabilidad limitada, compañía anónima, compañía colectiva, en comandita o de economía mixta.

Organización Legal

Está conformado por el asesor legal, ya que toda empresa debe cumplir con ciertos requerimientos que están estipulados en la ley, entre los que constan:

Acta constitutiva

Es un documento que certifica la conformación legal de la empresa en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios que conforman la empresa

[24] Reyes Ponce, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 2010 p. 145

Razón social

Es el nombre Legal de una sociedad que utiliza para distinguirse de otra, el mismo que debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

Domicilio

Indica la dirección en donde se le podrá ubicar en caso de que lo requieran los clientes u otras personas naturales o jurídicas.

Objeto de la sociedad

Determina su objetivo para que es creada la empresa ya sea para producir o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad productiva

Capital social

Es el dinero con el cual se constituye la empresa conformada por aportaciones de los socios, créditos empresariales, capital propio con el que cuenta para llevar a cabo el establecimiento y funcionamiento de la empresa.

Tiempo de duración

Determina el plazo de duración o periodo de vida que tiene la empresa partiendo desde la fecha de inscripción de la escritura pública de creación en el registro mercantil.

Estructura Organizacional

"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".[25]

Niveles jerárquicos

Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia. Los niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad.

Nivel Legislativo o Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la

---

[25] Reyes Ponce, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 2010 p. 148

empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios, y para su actuación está representado por la Presidencia.

Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión. [26]

Nivel Asesor

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más aéreas que tenga que ver con la entidad a al cual estén asesorando.

Nivel Operativo

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo. Está compuesto por todos los puestos de

[26] Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com

trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labres de producción o proceso productivo, así como también las tareas de ventas. [27]

Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la presentación de servicios con oportunidades y eficiencia.

Organigramas

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

Organigrama Estructural

Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades

[27] Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com

administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional

Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. [28]

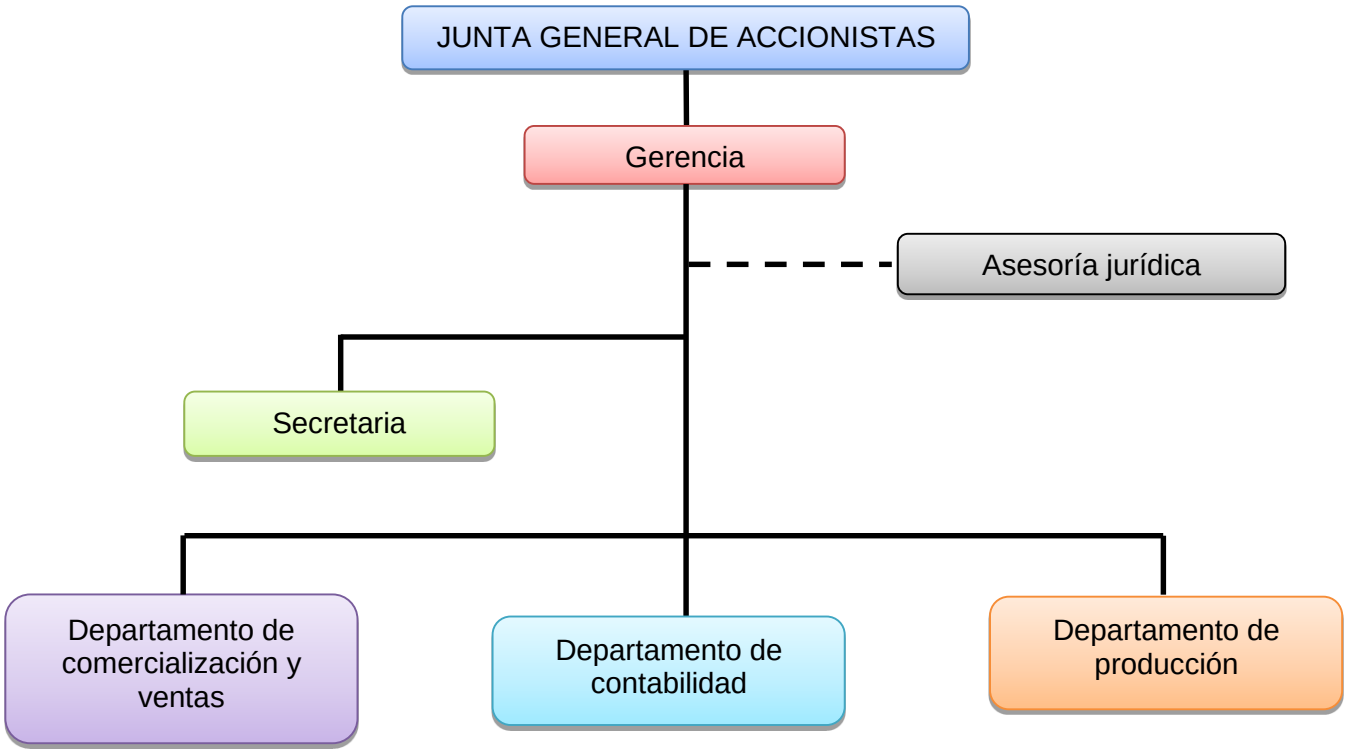
Organigrama de Posición

Sirve para presentar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

[28] Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* México: McGraw – Hill.

Gráfica 3

Modelo de un Organigrama Estructural



Elaborado: La Autora

Manual de Funciones

Un manual de funciones o manual de organización comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa, por ejemplo gerencia, producción, ventas, etc., describiendo como se intervienen en el funcionamiento general de la empresa, contiene la visión, misión, los

objetivos, metas y la descripción de cada área así como sus responsabilidades[29].

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos.

Relación de dependencia (ubicación interna)

Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)

Naturaleza del trabajo

Tareas secundarias

Responsabilidades

Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo[30].

---

[29] **BYARS LLOYD L. Y LESLIES W. RUE**, Gestión de Recursos Humanos, Ed. Irwin, Madrid España, 2011, 305 Páginas.
[30] BACA, Gabriel (2010). Op. Cit; Pág. 81

Cuadro 3

Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES	
TÍTULO DE PUESTO:	**JEFE INMEDIATO:**
CÓDIGO:00	**NUMERO DE SUBORDINADOS:**
NATURALEZA DE TRABAJO:	
TAREAS TÍPICAS:	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** **Capacitación:** **Experiencia:**	
CONDICIONES DE TRABAJO: **Riesgos:**	
ESFUERZO: **Físico**. **Mental:**	
Por: Paulina Gutiérrez	

Naturaleza del trabajo

Operatividad en el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial, se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

Funciones principales

Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial

Funciones Secundarias

Son aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.

Requisitos

Entre los requisitos mínimos constan la Preparación y Experiencia[31].

ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. [32]

Inversiones

En el contexto empresarial, la inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del

[31] Pasaca M. (2010) P.63. Formulación y evaluación de proyectos.
[32]Baca, G. (2011). *Evaluación de proyectos.* México: McGraw – Hill.

tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Inversiones en activos fijos

Inversión en activos fijos Corresponde a la adquisición de todos los activos fijos necesarios para realizar las operaciones de la empresa: Muebles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo, capacitación para su manejo. Vehículos, terrenos y edificios con su respectiva adecuación. Construcciones e instalaciones. Compra de patentes, marcas, diseños.

Inversiones en activos nominales o diferidos

Son aquellas que se realizan sobare activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto, constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar

Inversiones en el capital de trabajo

Constituyen el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado. [33]

---

[33] Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* México: McGraw – Hill.

Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo llamado interés, por lo general es una tasa de interés es compuesto lo que significa que son capitalizados cada mes. [34]

Presupuesto de costos

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, presente y futuro. Los costos en los que recurre una empresa son: costo de producción, administración, ventas, y financieros.

Costos de producción

Dentro de este encontramos a los costos de materia prima, el costo de mano de obra, el costo de envases, de energía eléctrica, de agua, combustible, control de calidad, mantenimiento, cargos de depreciaciones y amortización.

[34] SAPAG CHAIN Nassir, SAPAGCHAIN Reinaldo Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos 2011 pág. 278

Costos de administración

Son los que permiten realizar la función de administración de la empresa, a estos costos pertenecen sueldos del personal administrativos, gastos de oficina, depreciación de activos utilizados en estas funciones, amortización, servicios básicos.

Costos de venta

Se originan en las funciones de vender el producto al consumidor final o al cliente (intermediario), están: sueldos del personal del departamento o función de marketing, gastos de oficina, servicios básicos, publicidad, investigación, capacitación.

Costos financieros

Son los interese que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos.[35]

Punto de Equilibrio

El concepto de equilibrio en economía sugiere estabilidad en el tiempo. Así, decimos que una situación económica es una situación de equilibrio, cuando

[35] Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* México: McGraw – Hill.

los agentes económicos participantes no tienen incentivos para modificar su comportamiento. Un poco más formalmente, para que un mercado esté en equilibrio se deben cumplir las dos condiciones.

Las acciones de todos los participantes tienen que cumplir sus objetivos individuales; y considerados en su conjunto, todos esos objetivos tienen que ser consistentes. En el caso de los mercados, la primera condición de equilibrio se cumple siempre y cuando se satisfagan las funciones de demanda de los compradores y las funciones de oferta de los vendedores; y la segunda condición de equilibrio requiere que se vacíen los mercados, o sea que la cantidad que los compradores quieren comprar coincida con la que los vendedores quieren vender[36].

Al obtener el punto de equilibrio en valor, se considera la siguiente fórmula:

$$\frac{Costos\ Fijos}{Importe\ Neto\ Cifra\ de\ Negocio - Costes\ Variables} X100$$

Interpreta

Es el porcentaje de la capacidad instalada que la empresa debe utilizar para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si se utilizar por debajo de

[36] DÍAZ GIMÉNEZ Javier, Macroeconomía: primeros conceptos, Antoni Bosch editores, Barcelona, 2010, pág. 115

este porcentaje la empresa pierde y por arriba del porcentaje mencionado son utilidades para la empresa.[37]

Gráfica 4
Punto de equilibrio

Fuente: Evaluación de Proyectos

Evaluación Financiera

Flujos de Efectivo de los Proyectos de Inversión

Es el proceso por medio del cual se procede a la asignación racional de recursos entre diferentes proyectos de inversión; como, por ejemplo, la introducción de nuevos productos, el establecimiento de nuevos sistemas de distribución, la modernización de una planta, etc.

[37]Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Interamericana, Quinta Edición, Bogotá Colombia, 2010, Pág. 56 – 57.

Como parte de este proceso se utiliza la evaluación financiera, cuyo propósito es generar un proceso que permita analizar los egresos e ingresos durante una vida determinada de los proyectos de inversión y cuto objetivo es determinar su rentabilidad financiera.

Las características de la evaluación de los proyectos de inversión son las siguientes:

- Incorpora el concepto de flujo de efectivo.
- Efecto a largo plazo.
- Representa procesos irreversibles muy costosos para la empresa.
- Las inversiones incorporan grados de incertidumbre en virtud de la estimación para el futuro (largo plazo).

Se requiere una evaluación permanente entre lo planeado y el comportamiento real para medir las desviaciones[38].

Estado de Resultados

El Estado de resultados, Estado de rendimiento económico o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y

[38] García Echeverría, Santiago, Teoría Económica de la Empresa, ediciones Díaz de Santos S.A., Madrid – España, 2012, Pág. 159.

detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado. El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

Evaluación Financiera

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante indicadores financieros. [39]

Flujo de caja

El flujo de caja es una herramienta administrativa para controlar el dinero que entra y sale de un negocio. Es un cuadro en el que se registran las entradas de dinero y las salidas, ya sea en forma diaria, semanal, mensual (según lo requiera el usuario).

[39] Sapag Chain Nassir, SAPAGCHAIN Reinaldo Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos 2011 pág. 278

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos[40].

Formula:

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de

[40] Hernández Hernández, Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial McGraw Hill, Sexta Edición, México, 2011, Pág. 12.

descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido. [41]

La TIR utilizada para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

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

Formula

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor}\right)$$

Relación Beneficio Costo (RB/C)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada unidad monetaria que se sacrifica en el proyecto.

[41] Bolten, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 2010

- Si la R (B/C) > 1 se puede realizar el proyecto
- Si la R (B/C) = 1 Es indiferente realizar el proyecto
- Si la R (B/C) < 1 se debe rechazar el proyecto.

Formula: R B/C $= \frac{IngresosActualizados}{EgresosActualizados}$

Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.

PRC = Año anterior a cubrir la Inversión + $\frac{Inversión - \sum Primero\ Flujos}{Flujo\ Año\ que\ supera\ la\ inversión}$

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio,

etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.).

Formula:

TIR = Tm + Dt $\left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor}\right)$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coeficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente[42].

[42] Pasaca, Enrique Formulación y evaluación de proyectos de inversión Mc. Graw Hill, Pág. 57

e.- MATERIALES Y MÉTODOS

En el desarrollo de la presente investigación, se aplicó la siguiente metodología basados en Materiales, Métodos y Técnicas, que permitieron el desarrollo planificado y sobre todo el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Materiales

Entre los materiales que se utilizó en el desarrollo de la presente investigación fueron:

- Internet
- Impresiones a color
- Copias
- Suministros y materiales
- Esferográficos
- Cuaderno
- Carpetas

Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la siguiente metodología:

Método Deductivo

Método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas**.** Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera[43]**.**

Este método fue aplicado en el desarrollo de la investigación, ya que se partió de lo particular para llegar a lo general y de lo general para llegar a lo particular permitiendo determinar 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 Inductivo

El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares**.** Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación[44].

---

[43] Adolfo Jarrín, 2010: Métodos, técnicas y hábitos investigativos Pág. 35
[44] Adolfo Jarrín, 2010: Métodos, técnicas y hábitos investigativos Pág. 36

Este método se aplicó en la consecución y desarrollo de la presente investigación la que permitió determinar si es o no factible la producción y comercialización de la carne vegetal.

Método Analítico

Este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un tono en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

Este método permitió obtener una visión más clara del entorno empresarial actual, en lo referente a la producción decarne vegetal; y así mostrar, describir e interpretar los datos obtenidos en la investigación, determinando las diferentes causas de los hechos que serán aplicados en la empresa

Método Estadístico

El método estadístico se encarga de recopilar datos numéricos, y de interpretarlos y elaborar relaciones entre determinados grupos de elementos para determinar tendencias o generalidades[45].

[45] Adolfo Jarrín, 2010: Métodos, técnicas y hábitos investigativos Pág. 38

Este método se lo aplicó en la tabulación de las encuestas que fueron aplicadas en el desarrollo de la presente investigación de campo.

Método Descriptivo

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares.

Este método fue utilizado en la descripción de las principales dificultades que enfrentan las empresas para poder adquirir tecnología de punta.

Técnicas

Son específicas por lo que se debe saber en cuáles y en qué momento se aplica cada una de ellas.

Observación Directa

La observación directa es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla para su posterior análisis. La

observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos[46].

Técnica que permitió poder determinar la realidad del entorno objeto de estudio, destacando las características para identificar las ventajas y desventajas frente al mercado, la observación fue orientada hacia los espacios físicos donde funcionara la empresa y donde los resultados del estudio lo determinaron.

Encuestas

Técnica que permitió obtener datos de varias personas cuya opinión personal interesan al investigador, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan para que sean contestadas.

Se aplicó dos clases de encuestas una a los oferentes y otra encuesta para la oferta.

Población y muestra

Población

Datos según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que en el 2010 es de 18.675, habitantes y tomamos como promedio en familias que es de 4 miembros dándonos 5.352 y la tasa de crecimiento que es de 2,77, según los

[46] Adolfo Jarrín, 2010: Métodos, técnicas y hábitos investigativos Pág. 41

datos proporcionados por el INEC 2010 la misma que fue proyectada para 2015.

Formula:

$$\boldsymbol{Po = Po\ (1 + i)^n}$$

$$\boldsymbol{Po = \ (1 + 0.0277)^5}$$

$$\boldsymbol{Po = 18.675\ (1 + 0.14639)^5}$$

$$\boldsymbol{Po = 18.675\ (1.14639)}$$

$$\boldsymbol{Po = 21.409/(4)}$$

$$\boldsymbol{Po = 5.352}$$

Cuadro 4
Proyección de las familias de la ciudad de Yantzaza

Años	Incremento 2,77%	Familias de la ciudad de Yantzaza (4 miembros)
2010	18.675	4.669
2011	19.192	4.798
2012	19.724	4.931
2013	20.270	5.068
2014	20.832	5.208
2015	21.409	5.352

Fuente: INEC2010
Elaborado: La Autora

Determinación de la muestra.

Para determinar el número de encuestas a ser aplicadas en el cantón Yantzaza se aplicó la siguiente formula.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

En dónde:

e = 5%

N = 5.352 familias del cantón Yantzaza

n = Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{5.352}{1 + 5.352\ (0.05)^2}$$

$$n = \frac{5.352}{1 + (5.352 * 0.0025)}$$

$$n = \frac{5.352}{1 + 13{,}38}$$

$$n = \frac{5.352}{14{,}38}$$

$$n = 372 \text{ Encuestas}$$

Para la determinación de la oferta se tomo la información del sistema de rentas internas SRI del cantón Yantzaza en el que se encuentran se encuentran registrados 50 locales en calidad de supermercados y centros comerciales:

f.- RESULTADOS

Encuestas aplicadas a la demanda

Pregunta # 1

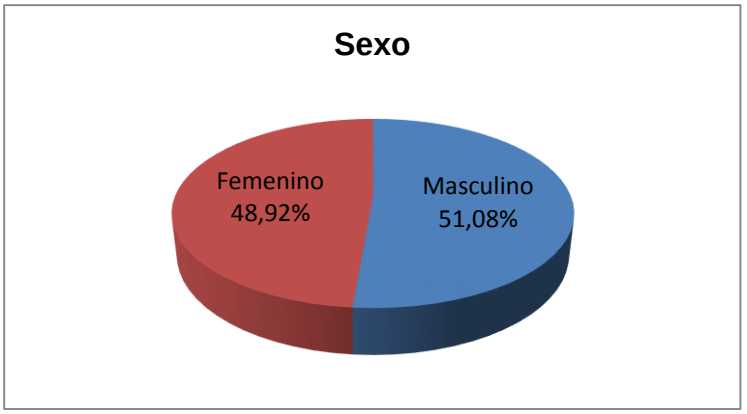
Sexo

Cuadro 5
Sexo:

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	190	51,08
Femenino	182	48,92
Total	**372**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 5



Análisis e Interpretación:

La población encuestada tenemos que el 51,08% es de sexo masculino; mientras que el 48,92% es masculino.

Pregunta # 2

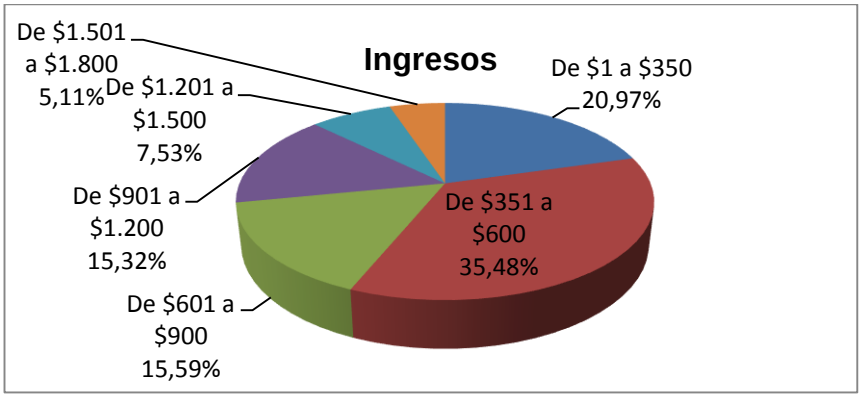
¿Indique su nivel de ingreso mensual?

Cuadro 6
Ingreso mensual

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De $1 a $350	78	20,97
De $351 a $600	132	35,48
De $601 a $900	58	15,59
De $901 a $1.200	57	15,32
De $1.201 a $1.500	28	7,53
De $1.501 a $1.800	19	5,11
Total	**372**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 6



Análisis e Interpretación:

Según los encuestados tenemos que el 20,97%, afirma que gana de 1 a 350 dólares; el 35,48% manifiestan que sus ingresos estan entre 351 a 600 dólares; el 15,59% desus ingresos estan entre 601 a 900 dólares; el 15,32% persiven un ingreso de 901 a 1200 el 7,53% sus ingresos promedias estas entre 1.201 a 1.500 dólares y el 5,11% mantienen un ingreso de 1.501 a 1800 dólares

Pregunta # 3

¿Conoce usted que es la carne vegetal?

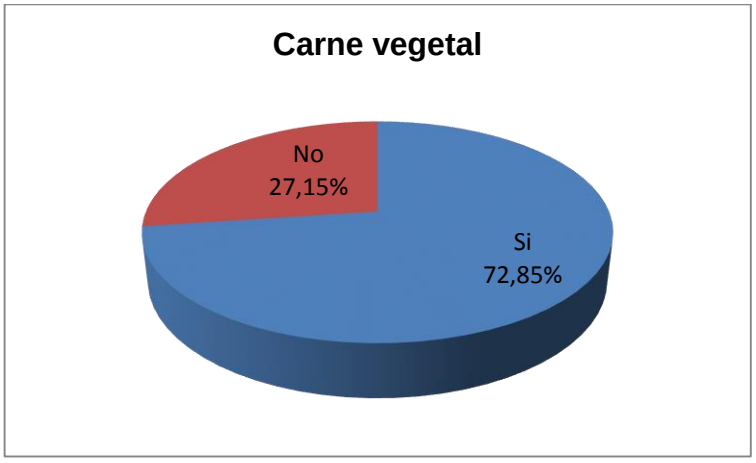
Cuadro 7

Conoce que es la carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	271	72,85
No	101	27,15
Total	**372**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 7



Análisis e Interpretación:

El 72,85% menciona si conocer que es la carne de vegetal, mientas que el 27,15% no conoce

Pregunta # 4

¿Consume usted carne vegetal?

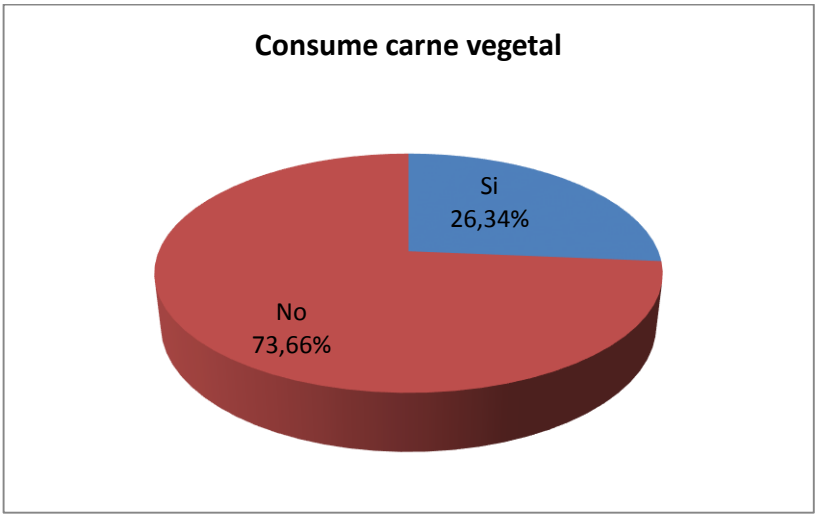
Cuadro 8

Consume carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	26,34
No	274	73,66
Total	**372**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 8



Análisis e Interpretación:

El 26,34% de los encuestados respondieron que si consumen carne vegetal, mientras que el 73,66% no lo hace.

Pregunta # 5

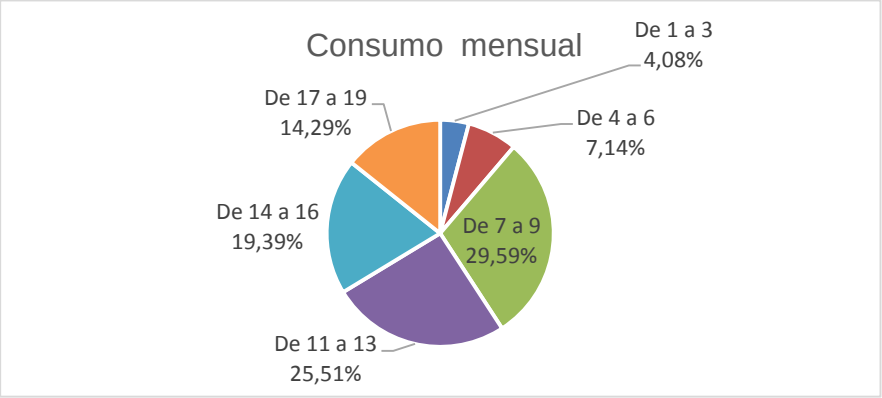
¿Cuántas libras de carne vegetal usted consume mensualmente?

Cuadro 9
Consumo mensual

OPCIÓN	FRECUENCIA	Xm	F* Xm	PORCENTAJE
De 1 a 3	4	2	8	4,08
De 4 a 6	7	5	35	7,14
De 7 a 9	29	8	232	29,59
De 10 a 12	25	11	275	25,51
De 13 a 15	19	14	266	19,39
De 16 a 18	14	17	238	14,29
Total	**98**		**1.054**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 9



Consumo anual =.$\sum F / \sum X$
Consumo anual = 1.054/98
Consumo anual = 10,80 x 12 = 129 libras al año

Análisis e Interpretación:

El 4,08% consume carne vegetal de 1 a 3 libras, el 7,14% consume de 4 a 6 libras, el 29,59%, consume de 7 a 9 libras, el 25,51% consume de 11 a 13 libras, el 19,39% consume de 14 a 16 libras y el 14,29% consume de 17 a 19 dólares dándonos un promedio anual de consumo de carne vegetal de 129 libras

Pregunta # 6

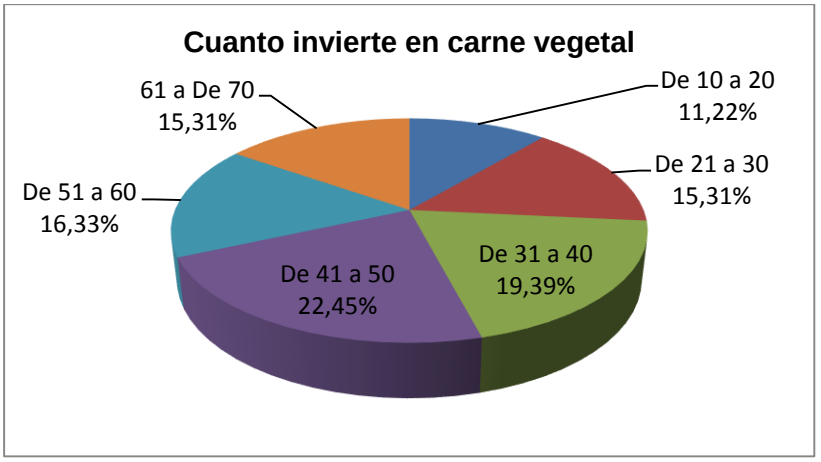
¿Cuánto invierte en carne vegetal mensualmente?

Cuadro 10
Cuánto invierte en carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 10 a 20	11	11,22
De 21 a 30	15	15,31
De 31 a 40	19	19,39
De 41 a 50	22	22,45
De 51 a 60	16	16,33
61 a De 70	15	15,31
Total	**98**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 10



Análisis e Interpretación:

El 11,22% invierte en carne vegetal de 10 a 20 dólares, el 15,31 invierte de 21 a 30 dólares, el 19,39% invierte de 31 a 40 dólares, el 22,45% invierte de 41 a 50, el 16,33% invierte de 51 a 60 dólares y el 15,31% invierte de 61 a 70 dólares

Pregunta # 7

¿De las siguientes alternativas, cual considera usted de importancia al momento de adquirir carne de soya?

Cuadro 11
Consideraciones a tomar en cuenta

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	30	30,61
Higiene	28	28,57
Nutrición orgánica	27	27,55
Precio	13	13,27
Total	**98**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 11

Análisis e Interpretación:

El 30,61% toma en candidaciones a la calidad de la carne vegetal, 28,57% se fija en la higiene del producto, el 27,55% le interesa su nutrición orgánica y el 13,27% se fija en el precio de la carne vegetal.

Pregunta # 8

¿Si en el cantón Yantzaza se creara una empresa productora de carne vegetal y su comercialización, usted estaría de acuerdo en consumir su producto?

Cuadro 12
Creación de la nueva empresa

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	93	94,90
No	5	5,10
Total	**98**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 12

Análisis e Interpretación:

El 94,90% si estaría de acuerdo en consumir la carne vegetal empacada al vacío de la futura empresa y el 5,10% no estaría de acuerdo en adquirir el producto.

Pregunta # 9

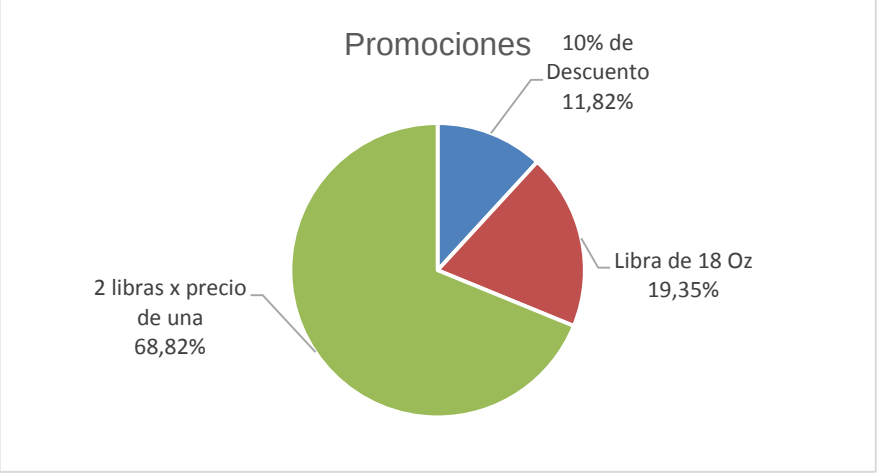
¿Qué clase de promociones le gustaría que la empresa le ofrezca por la compra de sus productos?

Cuadro 13
Promociones

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10% de Descuento	11	11,83
Libra de 18 Oz	18	19,35
2 libras x precio de una	64	68,82
Total	**93**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 13



Análisis e Interpretación:

De acuerdo a la clase de promociones que les gustaría recibir tenemos que el 11,82% le gustaría que le ofrezcan el 10% de descuento, el 19,35% prefiere que le ofrezcan libra de 18 onzas y el 68,82% preferiría la promoción de dos libras por el precio de una.

Pregunta # 10

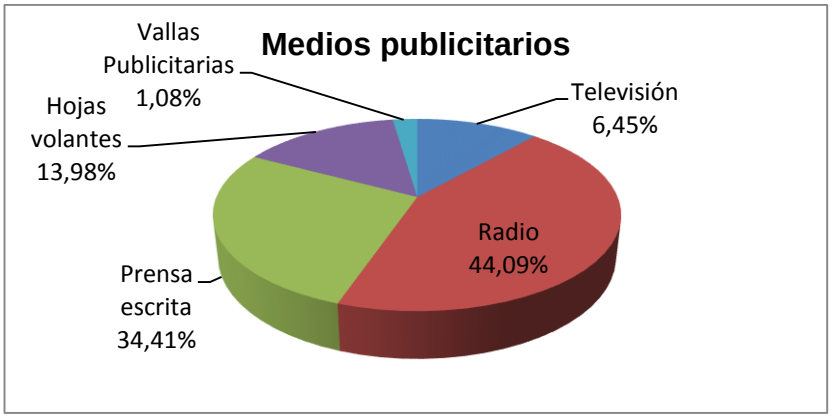
¿Por qué medios publicitarios le gustaría a usted enterarse de la existencia de la nueva empresa de carne vegetal empacada al vacío?

Cuadro 14
Medios de publicidad

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	6	6,45
Radio	41	44,09
Prensa escrita	32	34,41
Hojas volantes	13	13,98
Vallas Publicitarias	1	1,08
Total	**93**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda
Elaborado: La Autora

Gráfica 14



Análisis e Interpretación:

Según los encuestados tenemos que el 6,45% prefiere enterarse de la existencia de la empresa a través de la televisión, al 44,09% por medio de la radio, el 34,41% por la prensa escrita, al 13,98% por medio de hojas volantes y al 1,08% por medio de vallas publicitarias.

Encuestas para la oferta

Pregunta # 1

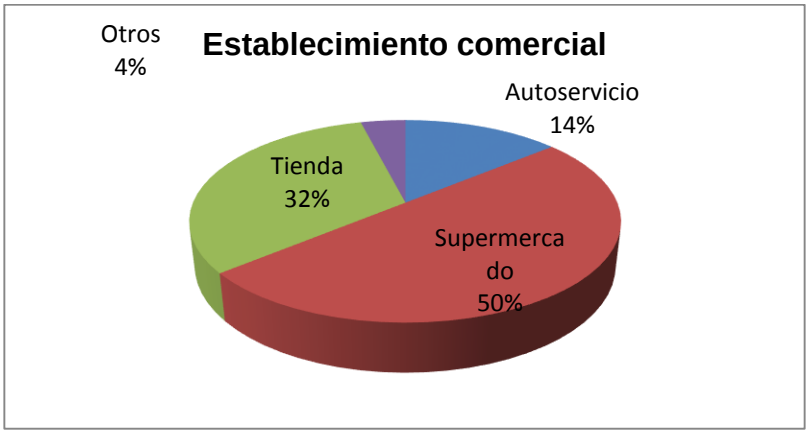
¿Su establecimiento comercial está clasificado como?

Cuadro 15
Establecimiento comercial

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Autoservicio	7	14,00
Supermercado	25	50,00
Tienda	16	32,00
Otros	2	4,00
Total	**50**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 15



Análisis e Interpretación:

Al consultar el tipo de establecimiento comercial tenemos que el 14% manifiesta que posee autoservicios, el 50% supermercados, el 32% posee tiendas y el 4% responde otros.

Pregunta # 2

¿En su establecimiento usted comercializa carne vegetal empacada al vacío?

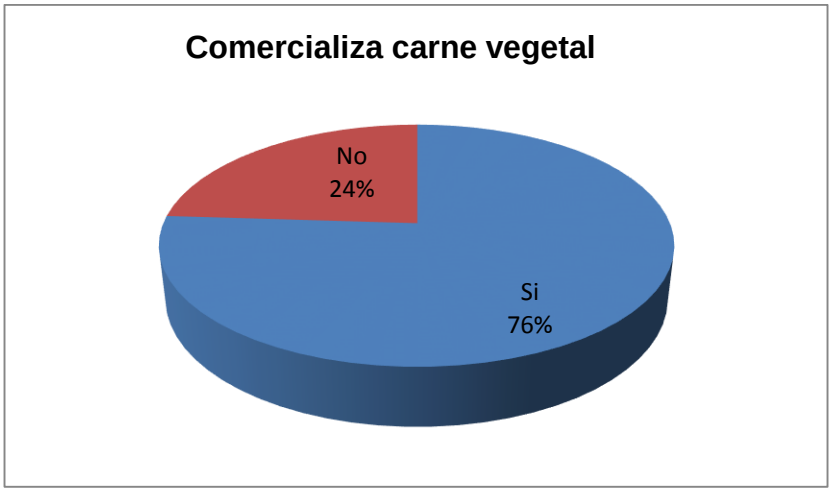
Cuadro 16

Comercializa carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	38	76,00
No	12	24,00
Total	**50**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 16



Análisis e interpretación:

El 76% de los establecimientos encuestados si comercializan carne vegetal, mientras que el 24% no lo hace

Pregunta # 3

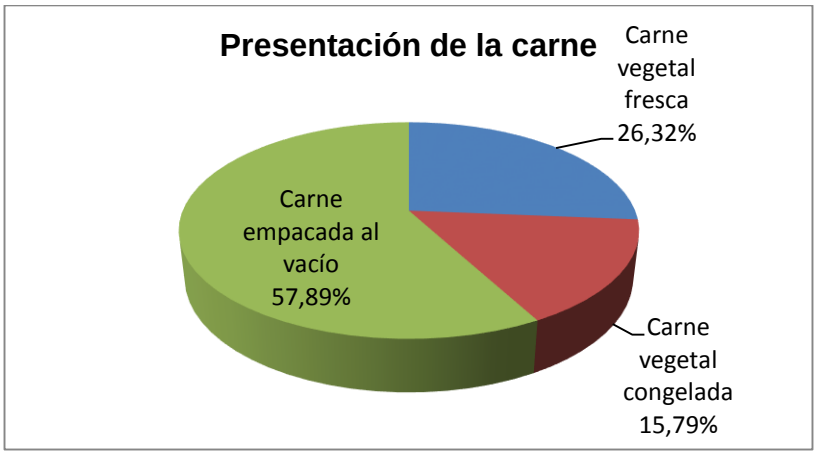
¿En qué tipo de presentación usted expende la carne?

Cuadro 17
Presentación de la carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carne vegetal fresca	10	26,32
Carne vegetal congelada	6	15,79
Carne empacada al vacío	22	57,89
Total	**38**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 17



Análisis e interpretación:

Según el tipo de carne vegetal que comercializan tenemos que el 26,32% comercializa la carne vegetal fresca, el 15,79% comercializa la carne vegetal congelada y el 57,89 manifiesta que comercializa carne empacada al vacío.

Pregunta # 4

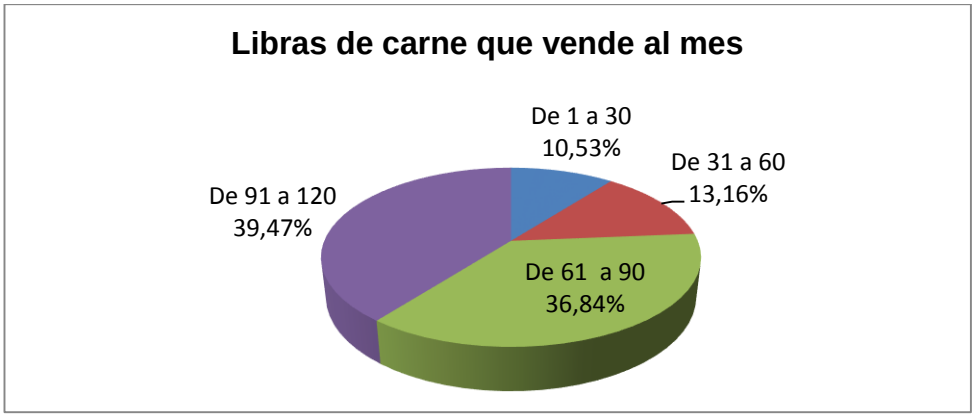
¿Cuántas libras de carne vegetal vende usted al mes?

Cuadro 18
Libras de carne vegetal que vende al mes

OPCIÓN	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
De 1 a 30	4	15,50	62,00	10,53
De 31 a 60	5	45,50	227,50	13,16
De 61 a 90	14	75,50	1.057,00	36,84
De 91 a 120	15	105,50	1.582,50	39,47
Total	**38**		**2.929,00**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 18



Venta anual =.$\sum F / \sum X$
Venta anual = 2.929/38
Venta anual = 77 x 12 = 924 libras al año

Análisis e interpretación:

El 10,53% menciona que vende entre 1 a 30 libras de carne al mes, el 13,16% menciona que comercializa de 31 a 60 libras de carne, el 36,84% manifiesta que vende de 61 a 90 libras de carne vegetal y el 39,47% manifiesta que comercializa de 91 a 120 libras de carne vegetal.

Pregunta # 5

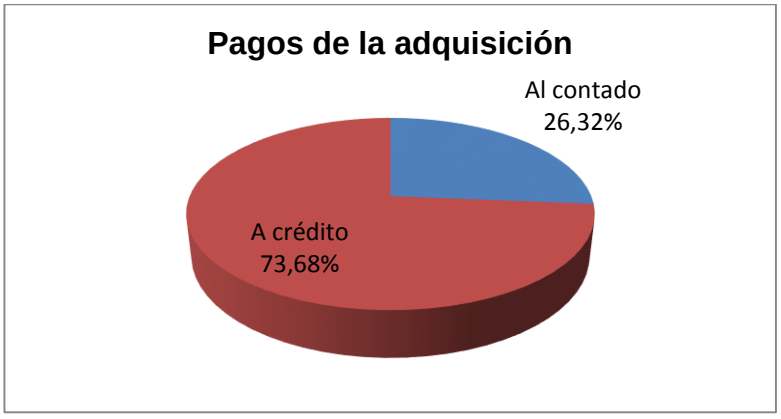
¿Cómo realiza usted los pagos de la adquisición de la carne vegetal?

Cuadro 19
Pagos de la adquisición

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al contado	10	26,32
A crédito	28	73,68
Total	**38**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 19



Análisis e Interpretación:

Al preguntar cómo realiza los pagos de la adquisición de la carne vegetal tenemos que el 26,32% lo hace al contado y el 73,68% lo realiza a crédito.

Pregunta # 6

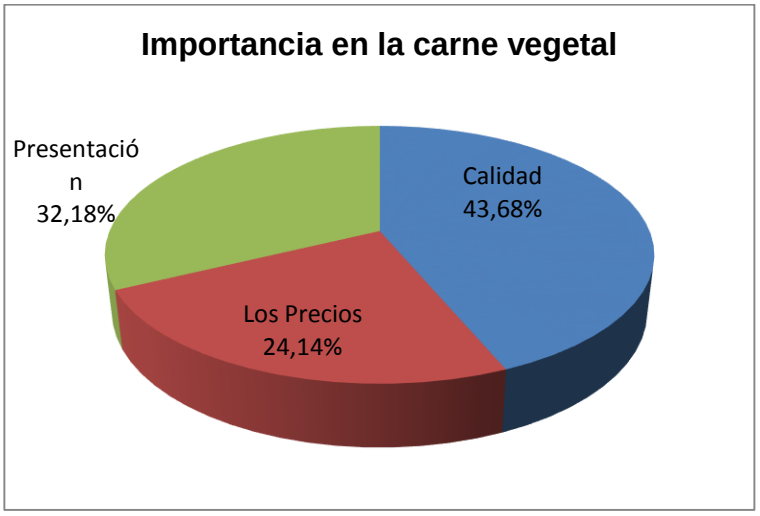
¿Marque un aspecto que considere de importancia en la carne vegetal?

Cuadro 20
Importancia en la carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	38	43,68
Los Precios	21	24,14
Presentación	28	32,18

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 20



Análisis e Interpretación:

Al 43,68% al momento de comprar la carne vegetal considera la calidad, al 24,14% considera los precios y el 32,18% toma en cuenta la presentación.

Pregunta # 7

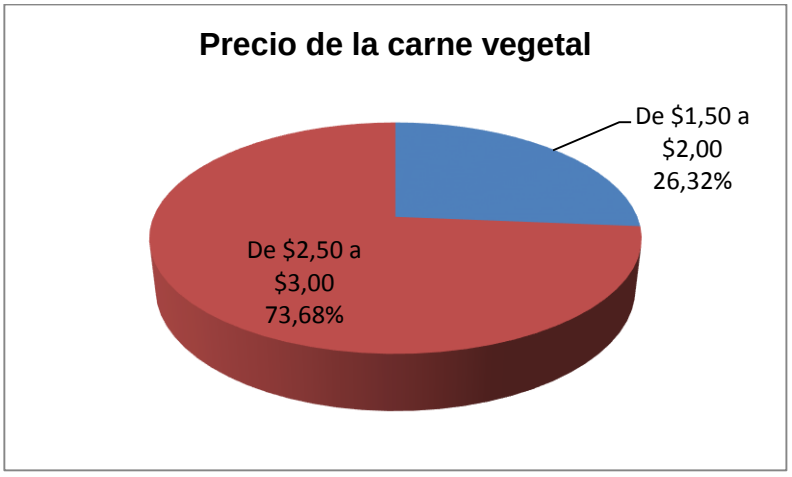
¿Cuál es el precio que usted paga por la compra de la carne vegetal?

Cuadro 21
Precio de la carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De $1,50 a $2,00	10	26,32
De $2,50 a $3,00	28	73,68
Total	**38**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 21



Análisis e Interpretación:

Al preguntar cuánto dinero estaría dispuesto a invertir por cada libra de carne tenemos que al 26,32% manifiesta que invertiría de 1,50 a 2,00 dólares y el 73,68% invertiría de 2,50 a 3,00 dólares

Pregunta # 8

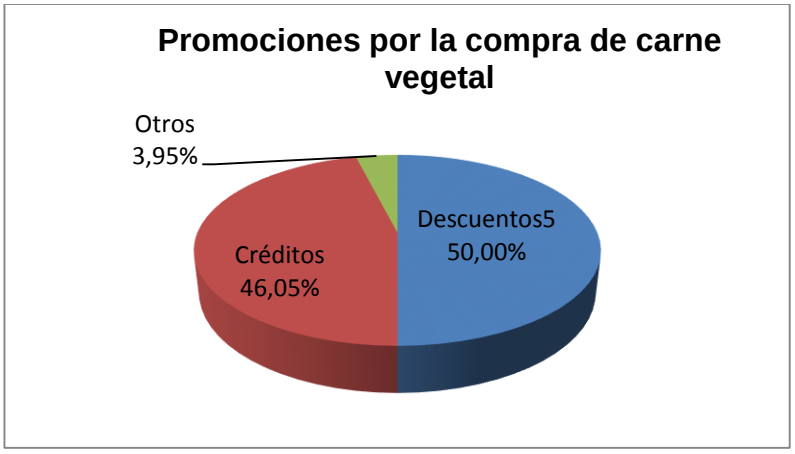
¿Qué clase de promociones le gustaría recibir por la compra de la carne vegetal?

Cuadro 22
Promociones por la compra de la carne vegetal

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	38	50,00
Créditos	35	46,05
Otros	3	3,95

Fuente: Encuestas aplicadas a la oferta
Elaborado: La Autora

Gráfica 22



Análisis e Interpretación:

El 50% le gustaría que se le realce descuentos en la adquisición de la carne vegetal, al 46,05% le gustaría recibir créditos y al 3,95% otra clase de promociones.

g.- DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Estudio de mercado

Este estudio permite determinaremos la oferta, la demanda, las preferencias, los gustos del consumidor para así poder satisfacer sus necesidades.

Producto: Carne Vegetal

La carne vegetal es probablemente, uno de los alimentos naturales con mayor contenido en proteínas, vitaminas y minerales, además de sus valiosos elementos fotoquímicos.[47]

Es muy nutritiva y está dotada de extraordinarias virtudes curativas, se puede considerar una súper-leguminosa y un auténtico alimento.

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

[47] http://www.webescuela.edu.py/Contenido/plantas_medicinales/soja.php

determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

Distribución del mercado objetivo

Para poder determinar el mercado objetivo que se va a ofrecer el producto, sus características y clase de consumidor final. Por lo tanto el mercado objetivo está compuesto por todo el número de población existente en el cantón Yantzaza, puesto que son ellos los que están en capacidad y condiciones de adquirir el producto que ofrecerá la empresa.

Promedio de consumo

Para determinar el promedio de consumo anual de la libra de carne vegetal, en el cantón Yantzaza, se toma en cuenta los datos obtenidos en la encuesta a los demandantes acerca de la cantidad de consumo mensual.

Cuadro 23
Promedio de consumo

OPCIÓN	FRECUENCIA	Xm	F* Xm	PORCENTAJE
De 1 a 3	4	2	8	4,08
De 4 a 6	7	5	35	7,14
De 7 a 9	29	8	232	29,59
De 10 a 12	25	11	275	25,51
De 13 a 15	19	14	266	19,39
De 16 a 18	14	17	238	14,29
Total	**98**		**1.054**	**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a la demanda pre. 5 cuadro 9
Elaborado: La Autora

Para poder establecer el consumo per-cápita en el cantón Yantzaza, realizamos el siguiente procedimiento: El total de consumo de carne vegetal al año 1.054 cuadro 9 y lo dividimos para el número de personas que consumen el producto 98, pregunta 5, nos da el promedio de libras de carne mensual de 10,80 y este valor lo multiplicamos por 12 meses del año y obtenemos el promedio Per cápita.

$CPA \frac{C.A}{N^{\underline{o}}\ Encuestas} = \frac{1.054}{98} = 10{,}80$ x 12= 129 libras de carne vegetal al año

Determinación de la demanda potencial

Demanda potencial

Para poder determinar la demanda potencial, se estableció la demanda utilizando el total de la población del cantón Yantzaza año 2.010 proyectada para el año 2.015, con una tasa de crecimiento poblacional del 2,77%, 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 de 5.352 familias del cantón Yantzaza, 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 2,77% anual, así tenemos:

Cuadro 24
Demanda potencial

Año	Demanda potencial 2,77%
2.015	5.352
2.016	5.500
2.017	5.653
2.018	5.809
2.019	5.970
2.020	6.136
2.021	6.306
2.022	6.480
2.023	6.660
2.024	6.844

Fuente: INEC
Elaboración: La Autora

Demanda Real

Para poder determinar la demanda real, se hace referencia a las familias del cantón Yantzaza que consumen carne vegetal que es el 26,34%, dándonos una demanda real de 1.410 familias que consumen carne vegetal

Cuadro 25
DEMANDA REAL

Año	Demanda potencial	Porcentaje	Demanda real
1	5.352	26,34%	1.410
2	5.500	26,34%	1.449
3	5.653	26,34%	1.489
4	5.809	26,34%	1.530
5	5.970	26,34%	1.573
6	6.136	26,34%	1.616
7	6.306	26,34%	1.661
8	6.480	26,34%	1.707
9	6.660	26,34%	1.754
10	6.844	26,34%	1.803

Fuente: Pre. 4 cuadro 8 y 24
Elaboración: La Autora

Demanda efectiva

La demanda efectiva es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones, producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impidan que se pueda acceder al producto aunque quisieran hacerlo, para el estudio se toma como referencia la encuesta a los demandantes acerca de que si en el cantón Yantzaza se creara una empresa productora de carne vegetal y su comercialización, usted estaría de acuerdo en consumir su producto, dándonos un porcentaje de aceptación del 94,90% pregunta 8, cuadro 12 encuesta demandantes.

Cuadro 26
Demanda efectiva

Año	Demanda Real	% de Aceptación	Demanda Efectiva
1	1.410	94,90%	1.338
2	1.449	94,90%	1.375
3	1.489	94,90%	1.413
4	1.530	94,90%	1.452
5	1.573	94,90%	1.492
6	1.616	94,90%	1.534
7	1.661	94,90%	1.576
8	1.707	94,90%	1.620
9	1.754	94,90%	1.665
10	1.803	94,90%	1.711

Fuente: Pre. 8 cuadro 12 y 25
Elaboración: La Autora

Demanda efectiva en producción

Para poder establecer la demanda efectiva en producción de carne vegetal, se toma en cuenta la demanda efectiva calculada en el cuadro 26 y el promedio de consumo Per Cápita anual que es de 129 pregunta 5, cuadro 9 demandantes lo cual se lo detalla a continuación.

Cuadro 27
Demanda efectiva en producción

Año	Demanda Potencial	Demanda Real	Demanda Efectiva	Consumo per Cápita Anual	Demanda Efectiva en libras
1	5.352	1.410	1.338	129	172.585
2	5.500	1.449	1.375	129	177.366
3	5.653	1.489	1.413	129	182.279
4	5.809	1.530	1.452	129	187.328
5	5.970	1.573	1.492	129	192.517
6	6.136	1.616	1.534	129	197.850
7	6.306	1.661	1.576	129	203.330
8	6.480	1.707	1.620	129	208.963
9	6.660	1.754	1.665	129	214.751
10	6.844	1.803	1.711	129	220.699

Fuente: Cuadros 24,25 y 26
Elaboración: La Autora

Oferta

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 carne vegetal se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en el cantón Yantzaza, en una muestra significativa tales como autoservicios, supermercados, Tiendas y otros lugares que se los considera como centros de acopio de estos productos para su venta.

Oferta actual

Es la cantidad de bienes o servicios que las personas están dispuestas a vender a un determinado precio. Nuestra oferta se basa en la pregunta 4 Ofertantes, cuadro 18 en la que se indica la cantidad de libras de carne vegetal que expenden mensualmente, en base de la misma calcularemos el promedio de la oferta

Cuadro 28
Oferta actual

Locales Encuestados	Locales que Venden Carne Vegetal	Promedio Anual	Oferta de Anual de carne vegetal
50	38	924	35.112

Fuente: Pregunta 4, Cuadros 21 oferta
Elaboración: La Autora

Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta de los servicios a ofrecer para los 10 años de vida útil del proyecto, se utiliza una tasa de crecimiento de los negocios que para el año 2.015 se ubicó en el 1,02% según datos del Municipio del cantón Yantzaza

Cuadro 29
Proyección de la oferta

Años	Tasa de crecimiento comercial 1,02%
1	35.112
2	35.470
3	35.832
4	36.197
5	36.567
6	36.940
7	37.316
8	37.697
9	38.082
10	38.470

Demanda insatisfecha

Se considera como Demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Conociendo la demanda efectiva y la oferta, podemos determinar la demanda insatisfecha que cubriría la empresa en el cantón Yantzaza, para el primer año tenemos una demanda Efectiva de 172.585 y una oferta de 35.112 Cuadro 27, Cuadro 29, restando estos valores tenemos la demanda insatisfecha para el primer año que es de 137.473 que se debería cubrir

Cuadro 30
Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Efectiva en libras	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	172.585	35.112	137.473
2	177.366	35.470	141.896
3	182.279	35.832	146.447
4	187.328	36.197	151.131
5	192.517	36.567	155.951
6	197.850	36.940	160.910
7	203.330	37.316	166.014
8	208.963	37.697	171.266
9	214.751	38.082	176.669
10	220.699	38.470	182.230

Fuente: Cuadro 27, Cuadros 29 oferta
Elaboración: La Autora

Participación en el mercado

Tomando en cuenta factores como la capacidad instalada cuadro 34 que tendrá la empresa, podemos determinar nuestra participación en el mercado la misma que será del 92,18% de la demanda insatisfecha establecida en el cuadro 30, la misma que irá creciendo en el transcurso de su vida útil

Cuadro 31
Participación en el mercado

DEMANDA INSATISFECHA	%	PARTICIPACIÓN MERCADO
137.473	92,18	126.720

Fuente: Cuadro 30
Elaboración: La Autora

Marketing Mix

El marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, la fijación de los precios, la comunicación y la distribución de las ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales."

En la actualidad el Marketing es indispensable para cualquier empresa que desee sobrevivir en un mundo tan competitivo como el nuestro[48].

La elaboración de una estrategia es fundamental para asegurar un nivel exitoso de ventas, así como el posicionamiento y la aceptación de nuestros futuros consumidores. La estrategia de mercado la construiremos en base a estrategias específicas del producto, logotipo, precio, plaza y promoción adaptándolas a las condiciones del mercado objetivo con el único propósito de lograr la satisfacción de nuestros clientes

PRODUCTO

Carne vegetal es elaborada a base de soya, la soya es una proteína vegetal de alta calidad, se obtiene mediante un proceso de extrusión de la harina

[48] **BYARS LLOYD L. Y LESLIES W. RUE**, Gestión de Recursos Humanos, Ed. Irwin, Madrid España, 2010, 308 Páginas

desgrasada de soya. Partiendo de poroto de soya se extraer de éste el aceite de soya y se obtiene el harina desgrasada de soya.

En nuestro caso el producto a producir y comercializar es la carne de soya la misma que vendrá en una presentación de una libra las mismas que son ricas en vitaminas y proteínas, a un precios asequibles de muy buena calidad y frescura añadiéndole a ello una excelente atención por parte de los agentes de venta.

Gráfico 23

Elaborado: La Autora

Estrategias del Producto

Componentes del producto

Empaque

El empaque que la empresa utilizara para la comercialización la carne vegetal será un empaque al vacío en fundas plásticas, esto con la finalidad de darle una mayor presentación y para proteger el producto.

Gráfica 24

Empaque de la carne vegetal

Elaborado: La Autora

Slogan

“Coma Sano, Coma Rico”

Etiqueta

Ira en la parte frontal del paquete se identificara: marca, cantidad en gromos, precio y valor unitario; en la parte posterior se identificará: ingredientes, lugar y dirección de producción, registro sanitario

Gráfica 25
Etiqueta de la carne vegetal

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Porción	10g.	(1 cucharada)
Porciones por envase	30	
	100g	1 Porción
Energía (Kcal)	350	35
Proteínas (g)	50,0	5,0
Grasa Total (g)	2,0	0,2
Colesterol (mg)	0,0	0,0
H. de C. disp. (g)	28,0	2,8
Azúcares totales (g)	15,0	1,5
Fibra dietética total (g)	3,0	0,3
Fibra soluble (g)	0,8	0,1
Fibra insoluble (g)	2,3	0,2
Sodio (mg)	15,0	1,5
		*
Tiamina (B1) (mg)	0,6	4,3%
Niacina (B3) (mg)	3,0	1,7%
Vitamina B6 (mg)	0,5	2,5%
Ác. Fólico (mg)	0,4	26,7%
Riboflavina (B2) (mg)	0,3	1,9%
Ác. Pantoténico (mg)	1,3	1,3%

* % en relación a la Dosis Diaria Recomendada

Elaborado: La Autora

Precio

La estimación de los precios por tratarse de un producto de consumo intermedio está en función del cumplimiento de la calidad requerida por los consumidores y depende además de la oferta y demanda del producto, al momento de hacer el análisis el precio referencial promedio en el mercado más los costos de producción

Estrategias del Precio

- Aplicar descuentos por la compra de grandes cantidades de producto,

motivando la adquisición del mismo y ganando preferencia sobre la competencia.

- Seleccionar la materia prima al precio más económico, priorizando ante todo la calidad con el fin de abaratar costos y reducir el precio del producto.

Plaza

Para identificar cuáles son los segmentos de interés para nuestro producto, iniciaremos un análisis de segmentación a partir de la identificación de ciertas necesidades específicas de algunos mercados de referencia. Así para definir el segmento de mercado para la empresa SABROSA, lo primero que debemos hacer es identificar las variables que participan en la segmentación.

La investigación de mercados, proporcionó la información suficiente para determinar el consumo de carne vegetal empacada al vacío, en base a características Psicográficos y de la conducta del individuo. Por tal razón, nuestro enfoque para segmentar el mercado de la empresa SABROSA será de acuerdo a nuestro estilo de vida (variable Psicográfica) y a los beneficios buscados (variable conductual).

Estrategias de Plaza

- Entregar en las mejores condiciones y a tiempo el pedido realizado, garantizando la integridad del producto hasta el momento de su entrega.
- Acaparar toda la demanda insatisfecha que el proyecto pretende atender mediante sus principales canales de distribución que constituyen los supermercados y micro mercados del cantón Yantzaza.

Canales de comercialización

La distribución se realizará directamente desde la empresa al consumidor final.

Canal de distribución

Para la comercialización de este producto, lo haremos a través del canal directo de la fábrica al consumidor final y/a intermediarios, que serían los autoservicios, supermercados, tiendas etc. conforme se indica en el siguiente diagrama:

Gráfica 26
Comercialización

Elaborado: La Autora

Estrategias de Publicidad y Promoción

Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda, para la promoción de la empresa nos valdremos de algunos medios como son los siguientes:

Publicidad radio

La misma será trasmitida en los horarios de mayor sintonía del cantón Yantzaza, en la emisora de más sintonizada como es la Radio Amazonas 92.1

FM, de lunes a viernes en el programa noticiero del medio día en el horario de 12h00 am a 13h30 pm.

Publicidad prensa escrita

Se contratará el diario de mayor circulación a nivel provincial, como es diario la Hora Zamora en fechas especiales como son: Fiestas de Carnaval, Semana Santa, navidad y fin de año.

Promoción

Las promociones que se realizaran serán:

- 10% de descuento
- Libra de 18 onzas
- Lleve dos libras por el precio de una

Cuadro 32
Presupuesto para la publicidad

Especificación	Factor	Cantidad	Precio	Valor Mensual	Valor Anual
Radio	Anuncio	60	1,00	60,00	720,00
Prensa Escrita	1/4 Página	2	12,00	24,00	288,00
Total				**84,00**	**1.008,00**

Elaborado: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Se definirán en el mismo los aspectos técnicos vinculados a determinar la localización, tamaño y características físicas del lugar donde se establecerá la dinámica de las operaciones y los requerimientos de los procesos internos.

Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. La importancia de definir el tamaño, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. La decisión que se tome respecto al tamaño, determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

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

El tamaño y capacidad de este proyecto en particular, se debe a dos aspectos principalmente: la porción de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que cuenta el local para la instalación de la empresa SABROSA.

Tanto la determinación del tamaño como la capacidad que tendrá la empresa, serán de mucha utilidad para la estimación de las inversiones necesarias que mejor se ajusten a las necesidades del mismo y para cálculos futuros en las siguientes etapas del proyecto (Estudio económico financiero y evaluación económica).

El tamaño de la empresa deberá ajustarse al tamaño del local que se dispone para su instalación (en 1.372 m2.), el cual tendrá una capacidad para poder operar tanto los departamentos productivos y de administración.

Factores condicionantes del proyecto

En este proyecto se ha considerado como factores determinantes, los siguientes:

Productores.- En si la oferta de la soya para la fabricación de la carnes la realizan una serie de productores nacionales sin embargo se debe consideras una fácil movilización de la materia prima de los productores a la planta de producción.

Capacidad instalada

Se analiza la escala de producción señalando la unidad específica de venta o comercialización de la empresa: por tipo de productos, libras, unidades, m3, etc.

La empresa producirá carne vegetal en paquetes de 1 libra e inicialmente contara con 1 máquina mezcladora, se toma la maquinas mezcladora para determinar la capacidad instalada de la empresa.

La capacidad de la máquina mezcladora es de 60 libra por hora, la empresa trabajará 8 horas en jornadas de 08h00 a 12h00 y de 14h00 a 18h00 de lunes

a viernes, por lo tanto tendrá una producción de 480 libras de carne vegetal al día, al mes se trabajará 22 día lo que representa 10.560 paquetes de una libra de carne vegetal al mes y esto multiplicado por los 12 meses del año tendríamos 126.720 libras anuales de carne vegetal de 1 libra. Por lo tanto, en la empresa tendrá una capacidad instalada es de 126.720 paquetes de una libra de carne vegetal.

Cuadro 33
Determinación de la Capacidad Instalada

Capacidad maquina mezcladora	un hora	Un día	Un mes	Empaques carne vegetal año
1	60	8	22	12
1	60	480	10.560	126.720

Fuente: Capacidad máquina
Elaboración: La Autora

Capacidad utilizada

Se prevé que la empresa comenzaría su producción con una máquina inicialmente con el 78% de la capacidad instalada y anualmente aumente en un 2% hasta cumplir un 96% de producción en virtud que el 4% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente se estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas.

Cuadro 34
Determinación de la Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada	%	Capacidad Utilizada
1	126.720	78%	98.842
2	126.720	80%	101.376
3	126.720	82%	103.910
4	126.720	84%	106.445
5	126.720	86%	108.979
6	126.720	88%	111.514
7	126.720	90%	114.048
8	126.720	92%	116.582
9	126.720	94%	119.117
10	126.720	96%	121.651

Fuente: Cuadro 35
Elaboración: La Autora

Localización

Determina 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 esta.

La determinación de la localización del lugar se hará en dos etapas. Primero la Macrolocalización para determinar a nivel de la provincia de Zamora

Chinchipe, lo más adecuado y luego un estudio de Microlocalización donde se determinará el sitio más apropiado para la instalación de la planta.

En ambos casos la elección se realizará con una evaluación de las alternativas en base a factores involucrados con una matriz ponderada donde elija de entre varias opciones como son la infraestructura, fuentes de suministros de servicios, distancias, redes de transporte y comunicaciones, clima, entre otros, asignándole a cada uno un peso ponderado de acuerdo a la importancia para el proyecto.

Macrolocalización

Las Asociaciones de productores de soya que conforman las pequeñas empresas, involucrados en el proyecto están ubicadas en el norte de la provincia. Zamora Chinchipe cuenta con la más variada producción agropecuaria, representada por cultivos de soya, papa, cebada, haba y pastizales, en las zonas altas, trigo, maíz, verduras, frutas en los valles y laderas bajas.

Para determinar la macrolocalización se tomó como referencia los cantones de mayor desarrollo empresarial y que cuentan con la mayor producción agrícola para lo cual se tomó a los 4 cantones de mayor productividad los mismos que son:

Cuadro 35
Evaluación Macrolocalización

Factores de Localización	Zamora	Yantzaza	Pangui	Zumbi
Producción	8	10	7	6
Comercialización	9	10	8	6
Condiciones Climáticas	9	9	9	8
Total	**26**	**29**	**24**	**20**

Elaboración: La Autora

Según los resultados de la evaluación, se elige la alternativa con mayor puntuación que es el cantón Yantzaza

Gráfica 27
Mapa Cantón Yantzaza

Fuente: Municipio del Cantón Yantzaza

Microlocalización

Consideraremos dentro del análisis de Microlocalización el local que se tomara en arriendo para el funcionamiento de la empresa el cual debe localizarse en el circuitos del cantón Yantzaza, debido a que es indispensable contar con un acceso rápido a las redes viales para facilitar el transporte para el acceso de la materia prima y el despacho del producto final.

Consultando las condiciones que prestan los diferentes barrios del cantón Yantzaza se ha considerado los barrios La Delicia, San Francisco y Central. Los locales a considerar nos ayudan para poder facilitar el acceso a los servicios de comunicación, fluido eléctrico, agua y que sean accesibles económicamente para la compra de la materia prima e insumos. Los factores que evaluaremos para tomar en arriendo el local, serán el precio de arriendo, la disponibilidad servicios requerido y temas relacionados a infraestructura básica.

Factores determinantes

Transporte

Si bien es cierto la empresa estará ubicado en un sector alejado del centro del cantón Yantzaza, el mismo debe disponer de vías de comunicación en muy buenas condiciones, lo que facilitaría a los proveedores el abastecimiento de la materia prima que básicamente viene de los pequeños productores de toda la zona, es decir la empresa se instalará relativamente cerca de donde se da la producción, lo que resulta una ventaja tanto para los proveedores de la materia prima como para la empresa.

Cercanía del mercado

El segmento meta seleccionado está relativamente cerca del sitio donde operara la empresa, a excepción del sector sur del cantón que está más

distante pero que existen un punto de distribución, considerando que la movilización no será impedimento para trasladar el producto.

Disponibilidad del local

Se cuenta con un local familiar el cual será tomado en arriendo, al mismo que abra que adecuar la infraestructura lo cual no representara mayor costo para la empresa, en la inversión inicial se considerará el costo por readecuación a fin de tener una infraestructura acorde a las necesidades de la empresa, y en los años siguientes se considerará los costos por mantenimiento de la infraestructura.

Servicios básicos

El sitio donde se implementará la empresa dispone de todos los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, teléfono, internet; los mismos que son necesarios para la implantación del proyecto.

Mano de obra

El proceso para la producción de la carne vegetal empacada al vacío, requiere de personal especializado con experiencia en el manejo de alimentos y adicional se brindara capacitación

Los pesos se determinaron con una matriz ponderada

Cuadro 36
Factores de localización

Factores de localización	Localiza. 1	Localiza. 2	Localiza. 3
	La Delicia	**Barrio San Francisco**	**Barrio Central**
Vías de acceso	20	20	15
Disponibilidad de materia Prima	20	15	15
Seguridad y Vigilancia	10	8	10
Transporte y Comunicación	15	15	10
Servicios Básicos	15	10	10
Mano de Obra	10	10	10
Recolector de desechos	10	10	10
Total	**100**	**88**	**80**

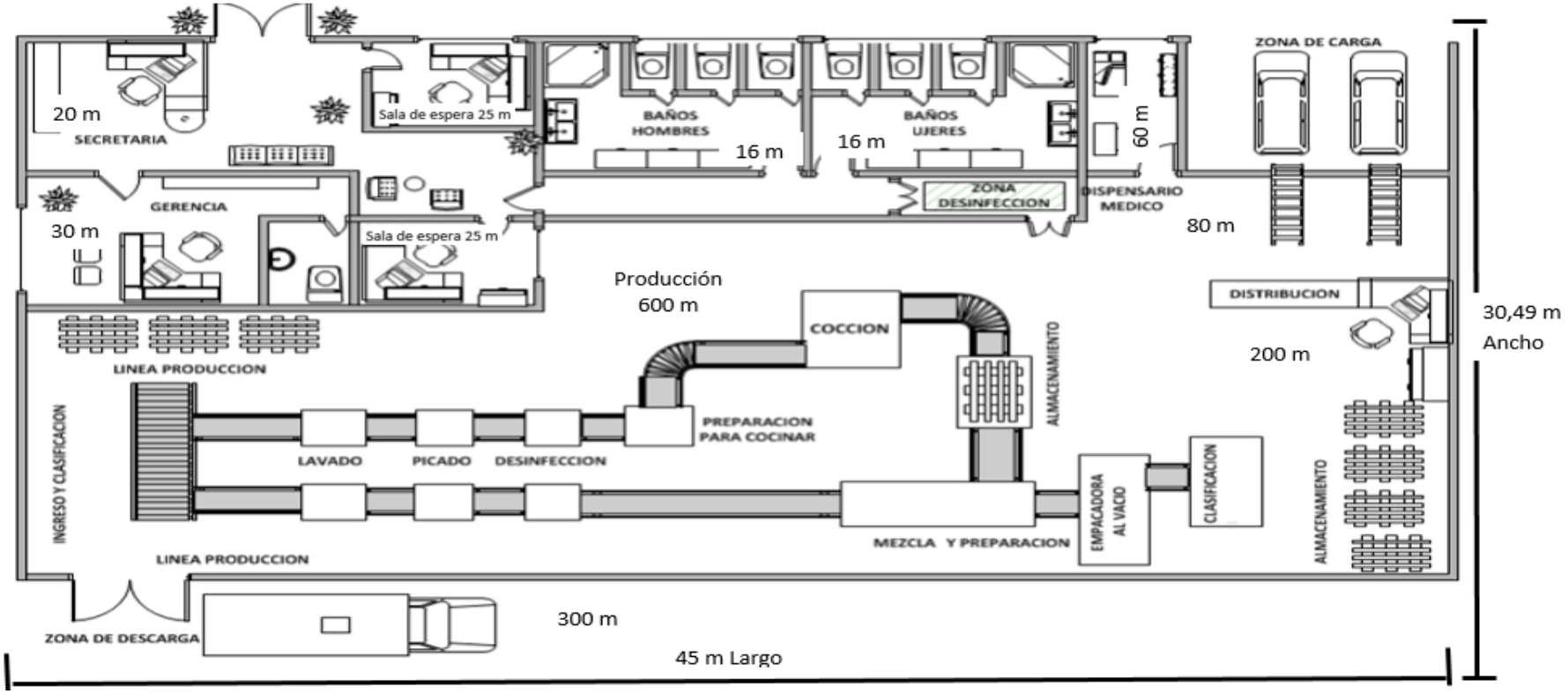
Elaborado: La Autora

Gráfico 28
Microlocalización

Elaborado: La Autora

De acuerdo a la ponderación realizada se determina que el lugar óptimo para que funcione la empresa es en el barrio La Delicia en las calles Adelaida Marcillo y Machinatza esquina, con un total de ponderación de 100 puntos sobre el 100%, siendo el lugar donde funcionara la empresa.

Gráfico 29
Distribución de la planta



Elaborado: La Autora

Distribución De La Planta			
Gerencia	30 metros	Producción	600 metros
Contabilidad	20 metros	Distribución	200 metros
Baño Hombre	16 metros	Zona de descarga	300 metros
Baño Mujeres	16 metros	Zona de carga	80 metros
Dispensario	60 metros		
Sala de espera 1	25 metros		
Sala de espera 2	25 metros		
Sub Total	192 metros		1180 metros
Total de la planta	**1.372 metros**		

Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto determina de qué manera va a funcionar la planta de producción, el proceso productivo describiendo la maquinaria y el equipamiento necesario para su funcionamiento.

Proceso de producción

Descripción del Proceso de Producción

Es el recorrido que siguen los procesos de las materias primas hasta convertirse en productos terminados.

Es importante tener en consideración que el lugar de trabajo, los equipos y los utensilios, así como el personal destinado a la elaboración, cumpla los requisitos higiénicos indispensables, que son las buenas prácticas del proceso productivo en la producción de la carne vegetal empacada al vacío

1.- Recepción de materia prima

En la recepción de la materia prima se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

La identificación del embalaje debe corresponder a lo descrito en la orden de compra, debe estar sellado y sin humedad visible, sin presencia de material extraño, revisar la fecha de expiración además de los parámetros indicados en sus respectivas fichas técnicas tiempo 30 minutos.

2.- Pesado de Ingredientes

Se pesan todos los ingredientes sólidos utilizando en el equipo respectivo y medir los líquidos utilizando recipientes con escala de medidas. Es importante respetar las cantidades para mantener la calidad constante del producto final, tiempo estimado 60 minutos

3.- Mezclado

Se coloca el okara (torta de soya), gluten de trigo y aislado de soya en la mezcladora de paletas, se mezcla durante 30 minutos a una temperatura de 20ºC. Una vez transcurrido este tiempo se incorpora a la vez los aditivos y los condimentos requeridos en sus porcentajes adecuados.

Seguidamente se incorporar agua tibia, para unir todos los ingredientes y formar una masa, dando un tiempo total de 60 minutos.

4.- Moldeado

La masa obtenida en la etapa anterior se estira con un rodillo sobre la mesa de amasado. Luego, con un molde, se cortan manualmente el producto y se ubica en moldes de acero inoxidable para ser llevados a la prensa neumática por un tiempo de 60 minutos, luego por medio de presión, la carne de soya queda compacta.

5.- Pre cocción

En un cocinador se sumergen las carnes en agua durante aproximadamente 120 minutos a 75ºC a esta temperatura la carne toma una textura más consistente debido a la presencia de gluten en su fórmula y este se gelifica a temperaturas elevadas además que las carnes duren por más tiempo al frenar el deterioro, se aumenta el periodo de caducidad.

6.- Enfriado

Una vez terminado el proceso de cocción pasan por un enfriador continuo donde se escurren y se enfrían a una temperatura de 5ºC durante 60 minutos con el

objetivo de mejorar la presentación para el cliente y evitar las condensaciones de agua en el proceso de envasado.

7.- Envasado

Una vez enfriado el bloque de carne de soya pasa al envasado el que se realiza por medio de un termo sellador continúo en empaques de polietileno, con una presentación de 1 libra, tiempo estimado 40 minutos.

8.- Etiquetado

Una vez que se ha sellado la carne vegetal se procede a colocar la etiqueta, tiempo estimado 5 minutos

9.- Almacenado

Una vez que se ha obtenido el producto terminado se procede a su almacenaje hasta ser transportado al lugar que el cliente los requiere, tiempo estimado 15 minutos

Diagrama de flujo del proceso de producción

Este diagrama de procesos nos permite representar gráficamente el proceso de operación e inspección de las actividades que se realizan en la empresa de producción de carne de soya.

Cuadro 37
Simbología

ACTIVIDAD	SIMBOLOGÍA	DEFINICIÓN
Operación		Al producir o realizar algo
Transporte		Al cambiar de lugar o mover algo
Inspección		Verificar cantidad de un producto
Demora		Retrasa proceso siguiente
Almacenaje		Al Proteger productos o materiales
Operación combinada		Al realizar una operación e inspección al mismo tiempo

Fuente: Técnicas de Planeamiento y Análisis Administrativo. Antología. Diagrama de Flujo con la Simbología del ASME
Elaborado: La Autora

Cuadro 41

Diagrama de flujos de procesos en la elaboración de carne vegetal

N°	**Proceso**							**Tiempo**	**Empaques Por día**
Inicio									
1	Recepción de materia prima							30	Se producirán 480 libras de carne de soya empacadas al vacío
2	Pesado de Ingredientes							60	
3	Mezclado							90	
4	Moldeado							60	
5	Pre cocción							120	
6	Enfriado							60	
7	Envasado							40	
8	Etiquetado							5	
9	Almacenado							15	
Total								**480**	

Elaborado: La Autora

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Balanza

Capacidad: 150 Kg, graduación mínima 50 gr, bandeja de acero inoxidable, dimensiones: 45 X 60 cm, visor luminoso rojo, batería recargable.

Gráfica 30

Mezcladora

Medidas: 470 x 360 x 660 mm, con una capacidad de 60 libras por hora una potencia de ¼ HP, el voltaje es de 220, tiene tres velocidades de 132, 284, 590 rpm.

Gráfica 31

Especificaciones técnicas

Doble micro interruptor de seguridad, tiene un caldero inoxidable con asas de fácil manejo provista de gancho, paleta y mezcladora, tiene una palanca que sirve para subir o bajar el caldero.

Moldes

Aro de 12 cm de diámetro en acero inoxidable.

Gráfica 32

Prensa Neumática

Bandeja de recogida en acero inoxidable, suministro de aire de 80 psi, necesita un compresor con un motor de 1/8 de Hp, la prensa tiene una capacidad de hasta 12 moldes. Tiempo de prensado 1 hora aproximadamente.

Gráfica 33

Cocinador

Capacidad 50 Kilogramos hora, Medidas internas de la boca de carga: Ancho x largo = 1100 x 500 mm, sectores de chaqueta de vapor: 4, área de calentamiento total: 192 m^2, potencia instalada 7 Kw.

Gráfica 34

Enfriado (Túnel de enfriamiento)

El túnel de enfriamiento es un transportador de banda en una cámara de aislada térmico con el aire frío a una temperatura constante. El aire circula a través de los orificios. La temperatura de enfriamiento se establece a través del panel del

operador. La cinta transportadora es impulsada por la estación de impulsión con convertidor de frecuencia controlada.

Energía de la máquina entera: 14.6kW/380V, la refrigeración estándar hizo salir: 14000 calorías.

Modo de enfriamiento: se adopta el enfriamiento de circulación cerrado Centrífugo-ventilador

Tiempo que permanecen en el canal del viento: 18-30min,

Temperatura en la salida del túnel: 0 - 10°C,

Modo de la fuente de alimentación: 24V 38V 50Hz, Capacidad: 100-120kg/h.

Gráfica 35

Maquina Empacadora

Características técnicas: Voltaje: 110 V 50-60Hz, Potencia: 750W, Velocidad: 0-12m/min, Grosor de sellado: 6-12mm, Rango de temperatura: 0-300ºC, Peso: 30Kg, dimensiones de la maquina: 106x47x38 cm.

Gráfica 36

Maquina etiquetadora

Características p-2824 Plus Impresora Térmica De Etiquetas 110 voltios. Control electrónico microcontrolado. Se puede adaptar para aplicar etiquetas en diferentes tipos de envases. Sensores fotoeléctricos. Alarma por etiqueta faltante o no censada. Contador de etiquetas dispensadas. Bajo consumo de energía.

Grafico 37

MUEBLES Y ENSERES

Escritorio

Uno tipo gerente para la gerencia de la empresa donde se planificara y ejecutara las políticas que la empresa a de emprender, otro para la secretaria

Gráfica 38

Sillón Gerente

Uso personal de la gerencia para poder planificar y desarrollar las políticas a seguir de la empresa en una forma cómoda

Gráfica 39

Archivador

Cuatro gavetas para llevar registros del personal, registro de contabilidad, registros de políticas de la empresa, varios

Gráfica 40

Sillas

Dos sillas de oficina de gerencia para atender a clientes y una para la secretaria y otro para los clientes

Gráfica 41

HERRAMIENTAS

Para el proceso de fabricación de la carne vegetal empacada al vacío se utilizara las siguientes herramientas

Juego de cuchillos

Para que los trabajadores de producción preparen la carne vegetal que va a ser procesada

Gráfica 42

Bandejas de plástico

Donde será colocada la carne vegetal para ser empacada

Gráfica 43

Mesas de Trabajo

Mesas de acero inoxidable, patas tubular de 80 cm x 2,00 mts.

Gráfica 44

MATERIA PRIMA DIRECTA

Soya

Gráfica 45

INSUMOS

Bandejas de poliestireno

Gráfica 46

Fundas polietileno

Gráfica 47

Recursos humanos

El capital humano es el factor fundamental para la producción de la carne vegetal, así como para la parte administrativa de la empresa.

Personal de producción.

1.- Jefe de Producción

1.- Trabajador Obrero

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo u organizacional del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa, estudio legal, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación.

Aquí se determinan las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama estructural, funcional y posicional, analiza los aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir la empresa acorde al giro de la misma, que en nuestro caso es la producción de carne vegetal.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

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

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Paulina de Fátima

Gutiérrez Apolo, Moraima Gutiérrez Apolo y María Apolo López; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, solteros, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada “Sabrosa”, la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA SABROSA CIA. LTDA.

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en EL Cantón Yantzaza, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Zamora Chinchipe, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “La Sabrosa CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la fabricación, distribución y venta de productos elaborados. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y exportación de los productos que elabore y en las actividades productivas, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o

sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

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

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

CAPITULO SEGUNDO

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

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de 900,00 dólares americanos que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

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

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

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

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

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

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES.

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta General de Socios, el presidente y el gerente; Cumplir con las aportaciones

suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

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

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

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

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

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

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

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN. **ARTÍCULO QUINCE**.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

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

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

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

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

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

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

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona

designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

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

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

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

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

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

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

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

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

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

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

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

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

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

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

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compartía: Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios: Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las

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

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

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

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía: representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial; conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía; dirigir la gestión económica financiera de la compañía; gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía; realizar pagos por conceptos de gastos administrativos; realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce

de la Ley de Compañías; suscribir el nombramiento del presidente y conferir coplas y certificaciones sobre el mismo; inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general; manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones: presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico: Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios; ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

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

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

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía “LA SABROSA CIA. LTDA.” ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente

forma: se pide un préstamo que representa un 50% de su capital total una entidad bancaria de la Localidad.

TOTAL: 900,00 dólares, valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en la sucursal del Banco de Loja del cantón Yantzaza, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran a la Señorita Paulina de Fátima Gutiérrez Apolo, de la Compañía, su inscripción en el Registro Mercantil. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado.

Organización administrativa

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio

de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles.

Nivel Legislativo-Directivo.- Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

Nivel Ejecutivo.- Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la

gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel Asesor.- Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando. Este nivel está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto no toma decisiones ni ordena los consejos, recomendaciones, asesoría, informes y más instrumentos que nacen de este nivel, para ser transformados en órdenes requieren necesariamente la decisión del jefe con mando directivo.

Nivel Operativo.- Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo. Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, así como también las tareas de la venta, o todo lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.

Nivel Auxiliar o apoyo.- El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia. El departamento

financiero es netamente de apoyo el cual se encarga de mantener las finanzas, pagos y demás al día, convirtiéndose en un apoyo fundamental en la empresa.

Organigramas.- Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional.- es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa, se determina qué es lo que se hace.

Organigrama de Posición.- sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

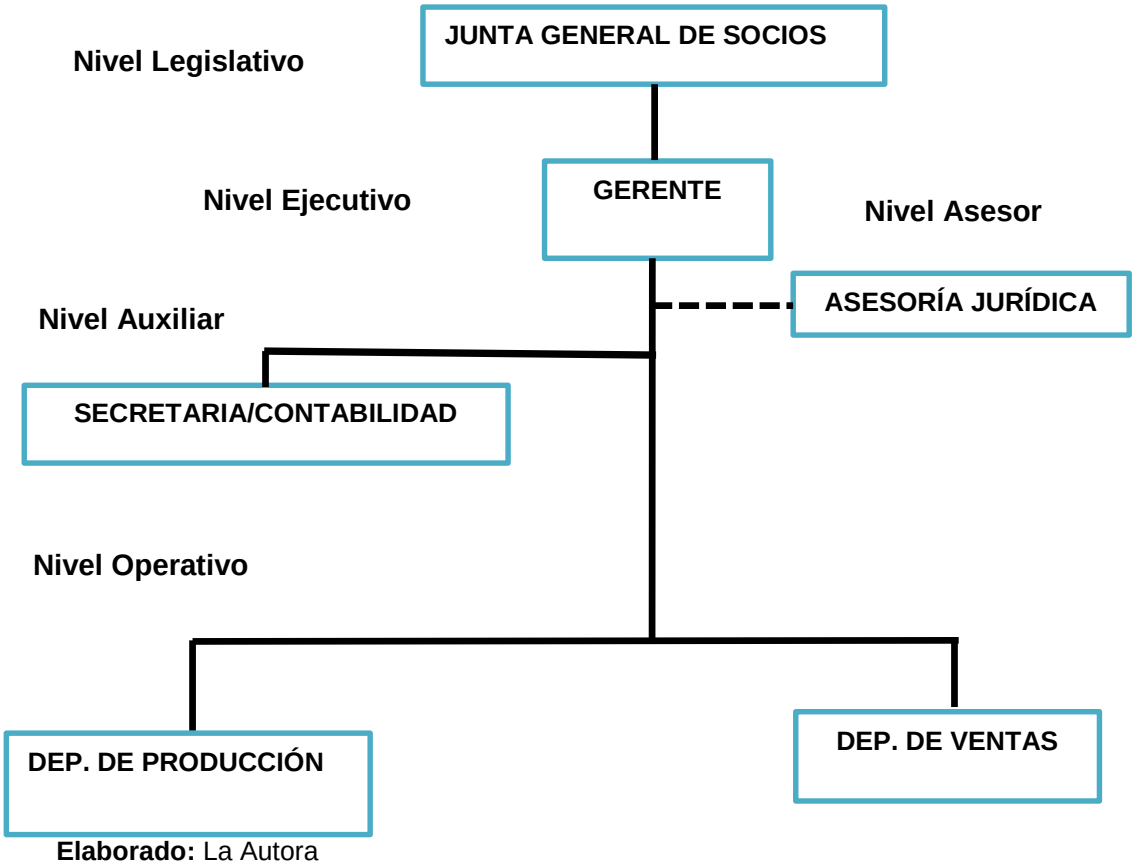
Organigrama Estructural

El Organigrama Estructural es una representación gráfica de la organización, permite conocer de una manera objetiva la distribución de funciones, puestos, áreas de la empresa.

Gráfica 48

Organigrama Estructural

Empresa "LA SABROSA"



Elaborado: La Autora

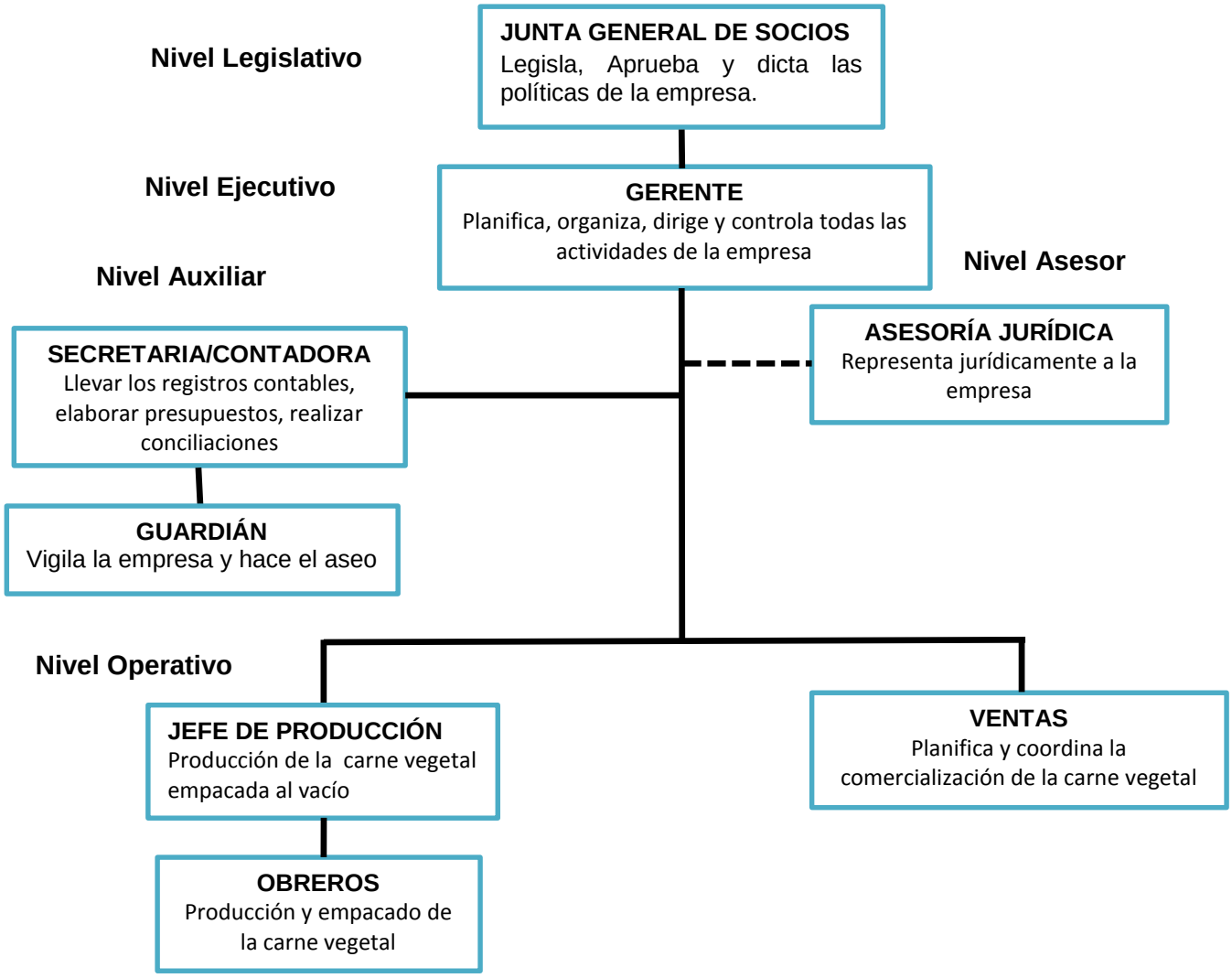
Organigrama Funcional

Es la representación gráfica de cómo están distribuidas las funciones por áreas de la empresa.

Gráfica 49

Organigrama Funcional

Empresa "LA SABROSA"



Elaborado: La Autora

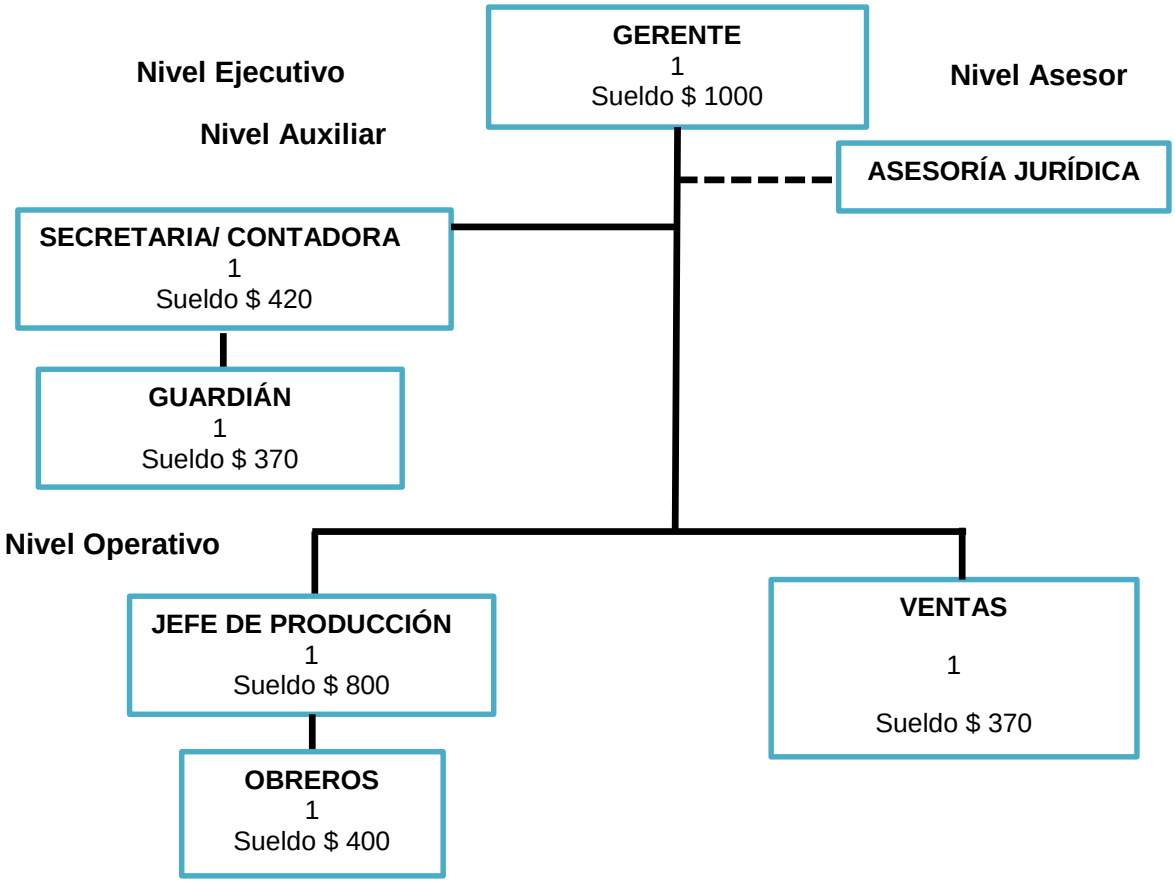
ORGANIGRAMA POSICIONAL

Representación gráfica de todas las unidades administrativas de la empresa, sus relaciones de jerarquía o dependencia, así como el sueldo mensual que perciben por el desempeño de su labor.

Gráfica 50

Organigrama Posicional

Empresa "LA SABROSA"



Elaborado: La Autora

Manual de funciones

Es una herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa

El manual de funciones para la empresa "**LA SABROSA**", estará estructurado de la siguiente forma: código, título, naturaleza de trabajo, tareas típicas, características de clase y Requisitos mínimos.

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA "LA SABROSA"	
TÍTULO DE PUESTO: Gerente	**JEFE INMEDIATO:** Junta de Accionistas
CÓDIGO: 01	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 6 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.	
TAREAS TÍPICAS: • Cumplir con las disposiciones y atribuciones que le otorgue la Junta General de Accionistas. • Presenta informes en las Juntas Generales de Accionistas sobre la marcha de las actividades de la empresa. • Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. • Organizar cursos de capacitación del Recurso Humano de toda la empresa. • Analizar los informes remitidos por producción, la contadora, y el vendedor. • Presidir asambleas y reuniones. • Ejecutar planes de ventas del producto.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE • El puesto, requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones. • Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** Ingeniería Comercial o Administración de negocios **Capacitación:** Microsoft Office, Relaciones Humanas. **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • Riesgos: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. • **Mental**: Atención intensa en periodos cortos.	

Elaborado: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA “LA SABROSA”	
TÍTULO DE PUESTO: Asesor Jurídico	**JEFE INMEDIATO:** Gerente
CÓDIGO: 02	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 2 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa.	
TAREAS TÍPICAS: • Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica. • Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Participar en reuniones de Junta de Socios. • Facilitar adecuadamente toda la información que sustente cada uno de los conflictos judiciales a su cargo, para que estos puedan ser archivados y custodiados. • Todos los demás que asignaren los inmediatos superiores. • Redactar contratos. • Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Preparar informes y dictámenes de tipo legal. • Presta sus servicios temporalmente cuando la empresa lo solicita	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE El puesto requiere de conocimientos sólidos en el área legal, su labor está encaminada a la solución y asesoramiento.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** Doctor en Jurisprudencia. **Capacitación:** Derecho Laboral **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • **Riesgos**: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Mínimo esfuerzo físico para realizar su trabajo. • **Mental**: Atención intensa en periodos medianos.	

Elaborado: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA "LA SABROSA"	
TÍTULO DE PUESTO: Secretaria Contadora	**JEFE INMEDIATO:** Gerente
CÓDIGO: 03	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 0 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Realizar labores propias de la secretaria y brindar asistencia directa a las autoridades y público en general.	
TAREAS TÍPICAS: • Llevar y controlar la contabilidad. • Elaborar los estados financieros de la empresa. • Manejo de correspondencia. • Registrar la asistencia diaria del personal que labora en la empresa. • Atención al público • Diseñar y aplicar los métodos adecuados para el manejo de inventarios. • Controlar y ejecutar pagos de nómina y otros. • Mantener un archivo activo y pasivo de la documentación de la empresa de forma ordenada y clasificada.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE • El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones. • Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general y además, debe ser una persona honesta y responsable.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** De tercer nivel en Contabilidad y Auditoría. **Capacitación:** en manejo de paquetes informáticos y Relaciones Humanas **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • Riesgos: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Esfuerzo mínimo para realizar su trabajo. • **Mental**: Atención intensa en periodos cortos.	

Elaborado: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA "LA SABROSA"	
TÍTULO DE PUESTO: Jefe de Producción	**JEFE INMEDIATO:** Gerente
CÓDIGO: 04	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 1 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Representar a la empresa ante los diversos medios de distribución y comercialización del mercado. Dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.	
TAREAS TÍPICAS: Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores. • Pesar la cantidad de materia prima a procesar • Vigilar el proceso productivo. • Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría. • Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo • Evitar desperdicios de materiales. • Alistar la maquinaria para la producción. • Limpieza y calibración de las maquinas. • Evitar desperdicios en el proceso. • Supervisar la calidad de la producción. • Controlar las existencias de la materia prima y demás insumos requeridos para la producción.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE • Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** Ing. Industrias agropecuarias **Capacitación:** Manejo de personal, paquetes informáticos y Relaciones Humanas **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • **Riesgos**: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Gran esfuerzo físico para realizar su trabajo. • **Mental**: Atención intensa en periodos medianos.	

Elaborado: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA “LA SABROSA”	
TÍTULO DE PUESTO: Obreros	**JEFE INMEDIATO:** Gerente
CÓDIGO: 05	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 0 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima.	
TAREAS TÍPICAS: • Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores • Pesar la cantidad de materia prima a procesar • Vigilar el proceso productivo. • Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría. • Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo • Evitar desperdicios de materiales. • Adquirir y seleccionar la materia prima que se va a utilizar: la Soya y demás insumos. remojar y pelar la soya • Pesar y cortar la materia prima y ponerla en las bandejas.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** Bachiller o Egresado **Capacitación:** Cursos en manipulación de alimentos **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • **Riesgos**: Es muy habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Requiere de gran esfuerzo físico para realizar su trabajo. • **Mental**: Requiere de gran concentración para realizar su trabajo.	

Elaborado: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA “LA SABROSA”	
TÍTULO DE PUESTO: Vendedor	**JEFE INMEDIATO:** Gerente
CÓDIGO: 06	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 0 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Definir en la empresa los medios de distribución y comercialización de mercado. Dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.	
TAREAS TÍPICAS: • Definir estrategias de comercialización. • Transportar el producto terminado a los diferentes puntos de entrega. • Establecer y diseñar las diferentes rutas de venta. • Dar a conocer a los clientes sobre las ventajas de los productos ofertados por la empresa. • Receptar las notas de pedido de los clientes. • Entregar oportuna de la mercadería solicitada por el cliente. • Informar en forma oportuna sobre los precios y promociones de productos al cliente. • Elaborar y entrega de informes semanales sobre los montos de ventas efectuados y más funciones que le sean encomendadas	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE • Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del producto.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** Egresado en administración de empresas **Capacitación:** cursos en ventas, atención al cliente y relaciones humanas **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • **Riesgos**: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Mínimo esfuerzo físico para realizar su trabajo. • **Mental**: Atención mínima en periodos medianos.	

Elaborado: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA “LA SABROSA”	
TÍTULO DE PUESTO: Guardián	**JEFE INMEDIATO:** Gerente
CÓDIGO: 07	**NUMERO DE SUBORDINADOS:** 0 personas
NATURALEZA DE TRABAJO: Ayudar en los quehaceres diarios de la Empresa**.**	
TAREAS TÍPICAS: • Vigila por la seguridad de la empresa y sus bienes • Ayudar a la carga y descarga de los productos. • Llevar correspondencia • Realizar depósitos en las diferentes entidades bancarias cuando la empresa lo requiera. • Abrir y cerrar las puertas de las instalaciones. • Realizar la limpieza de la empresa. • Llevar y traer la correspondencia	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE El ambiente de trabajo es cansado por cuanto tiene que estar en constante movimiento.	
REQUISITOS MÍNIMOS: **Título:** Bachiller o Egresado **Capacitación:** Cursos seguridad **Experiencia:** Mínima 1 años en puestos similares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: • **Riesgos**: Es habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO: • **Físico:** Requiere de gran esfuerzo físico para realizar su trabajo. • **Mental**: Requiere de gran concentración para realizar su trabajo.	

Elaborado: La Autora

ESTUDIO FINANCIERO

Una vez determinado los diferentes requerimientos para el proyecto a través del estudio técnico, se procede a realizar las diferentes estima el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento que se puedan presentar.

Inversiones

Las inversiones que serán requeridas para la implantación del presente proyecto son estimados a través de los presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones obtenidas de las casas comerciales.

Activos

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa, proyecto se consideran tres clases de Activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo circulante o Capital de Trabajo.

Activo Fijo

Se consideran a 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 Activos Fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa son: maquinaria y equipo, muebles y enseres, y equipo de computación; los mismos que son imprescindibles para el funcionamiento de la empresa.

Adecuación de la empresa

En este rubro hacemos constar el valor de las adecuaciones del local, como las que ponemos a consideración:

Cuadro 38
Adecuación de la empresa.

Adecuación de la Empresa	Unidad	Cantidad	V/U	V/Total
Adecuación	u	1	2.200,00	2.200,00
Total				**2.200,00**

Fuente: Maestros contratistas
Elaborado: La Autora

El costo de la adecuación asciende a la cantidad de $ 2.200,00 dólares

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Está constituido por los elementos tecnológicos fundamentales para el proceso de transformación de la materia prima en productos terminados.

Cuadro 39

Maquinaria y Equipos

Maquinaria y equipos	Cantidad	V/U	V/T
Balanza	1	350,00	350,00
Mezcladora	1	800,00	800,00
Moldes	1	60,00	60,00
Prensa Neumática	1	1.400,00	1.400,00
Cocinador	1	1.100,00	1.100,00
Enfriado	1	1.050,00	1.050,00
Maquina Empacadora	1	2.250,00	2.250,00
Maquina Etiquetadora	1	1.000,00	1.000,00
TOTAL			**8.010,00**

Fuente: Almacenes de Yantzaza
Elaborado: La Autora

El costo de la maquinaria y equipos asciende a la cantidad de $ 8.010,00 dólares

EQUIPOS DE PRODUCCIÓN (HERRAMIENTAS)

Son las herramientas que permite realizar un correcto trabajo, por su naturaleza se integran a la maquinaria y equipos de producción:

Cuadro 40

Equipos de Producción o Herramientas

Herramientas	Cantidad	V/U	V/T
Juego de Cuchillos	2	45,00	90,00
Bandejas Plásticas	12	8,00	96,00
Mesas de acero Inoxidable	2	210,00	420,00
Total			**606,00**

Fuente: Almacenes de Yantzaza
Elaborado: La Autora

El costo de los equipos de producción asciende a la cantidad de $ 606,00 dólares.

MUEBLES Y ENSERES

Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias, tanto de producción como administrativas. Se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 41
Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	Cantidad	V/U	V/T
Escritorio	2	250	500
Sillón Gerente	1	190	190
Archivador	1	100	100
sillas	4	50	200
Total			**990**

Fuente: Almacenes de Yantzaza
Elaborado: La Autora

El costo de los muebles y enseres asciende a la cantidad de $ 1.085,00 dólares

EQUIPOS DE OFICINA

Son los instrumentos utilizados en las actividades administrativas de la empresa y que las constituyen las siguientes.

Cuadro 42

Equipos de Oficina

Equipos de Oficina	Cantidad	V/U	V/T
Sumadora Casio	1	12,00	12,00
Calculadora	2	25,00	50,00
Celular	2	120,00	240,00
Cámara	1	180,00	180,00
Total			**482,00**

Elaborado: La Autora

El costo de los equipos de oficina asciende a la cantidad de $ 482,00 dólares

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa.

Cuadro 43
Equipos de Computación

Equipos de Computación	Cantidad	V/U	V/T
Computadora HP	2	1.200,00	2.400,00
Impresora HP	2	80,00	160,00
Sub. Total			**2.560,00**
Reinversión			853,33
Total			**3.413,33**

El costo de los equipos de computación asciende a la cantidad de $ 3.413,33 dólares

DEPRECIACIONES

Para la depreciación de los activos de la empresa "LA SABROSA", se basa según los factores establecidos a través del Sistema de Rentas Internas.

"(a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcazas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual" (SRI, Recuperado el 28 de febrero de 2016)

Cuadro 44
Resumen de Depreciaciones

Descripción	Valor del Bien	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Adecuación de la Empresa	2.200,00	5%	110,00	20	109,73
Maquinaria y equipos	8.010,00	10%	801,00	10	720,90
Muebles y Enseres	990,00	10%	99,00	10	89,10
Equipos de Oficina	482,00	10,00%	48,20	10	47,72
Equipos de Computación	3.413,33	33,33%	1.137,66	3	758,49
Total	**15.095,33**		**2.195,86**		**1.725,94**

Fuente: Depreciación De Activos
Elaborado: La Autora

RESUMEN EN ACTIVOS FIJOS

El total que asciende la inversión de los activos fijos es de 15.850,10 dólares.

Cuadro 45
Resumen de Activos Fijos

Activos	Valor Total
Adecuación de la Empresa	2.200,00
Maquinaria y equipos	8.010,00
Muebles y Enseres	990,00
Equipos de Oficina	482,00
Equipos de Computación	3.413,33
Sub. Total	15.095,33
Imprevistos 5 %	754,77
Total	**15.850,10**

Elaborado: La Autora

ACTIVOS 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.

Cuadro 46
Presupuesto de Activos Diferidos

Detalle	Costo
Estudios del Preliminar	1.200,00
Constitución legal	400,00
Gastos de constitución	320,00
Permiso de Funcionamiento	80,00
Sub Total	**2.000,00**
Imprevistos 5%	100,00
Total	**2.100,00**

Elaborado: La Autora

Cuadro 47
Amortización de Activos Diferidos

Año	Activo Diferido	Amortización	Saldo Final
1	2.100,00	210,00	1.890,00
2	1.890,00	210,00	1.680,00
3	1.680,00	210,00	1.470,00
4	1.470,00	210,00	1.260,00
5	1.260,00	210,00	1.050,00
6	1.050,00	210,00	840,00
7	840,00	210,00	630,00
8	630,00	210,00	420,00
9	420,00	210,00	210,00
10	210,00	210,00	0,00

Elaborado: La Autora

Activo Circulante

Se reconocen como activos circulantes a los valores que debe incurrir la empresa para su normal funcionamiento, en un periodo determinado de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para un mes.

Materia prima directa

Son los componentes del producto, que permitirán transformar la materia prima en producto terminado y que en nuestro caso será la carme de soya

Cuadro 48

Materia Prima Directa

Descripción del Producto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Diario	Costo Mensual	Costo Anual
Soya	374,00	0,55	205,70	4.525,40	54.304,80
Especies	374,00	0,30	112,20	2.468,40	29.620,80
Total		**0,85**	**317,90**	**6.993,80**	**83.925,60**

Elaborado: La Autora

Proyección de la Materia Prima Directa

La proyección se realizó de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2.015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 49

Proyección de la Materia Prima Directa

Años	Proyección 3,53%
1	83.925,60
2	86.888,17
3	89.955,33
4	93.130,75
5	96.418,26
6	99.821,83
7	103.345,54
8	106.993,64
9	110.770,51
10	114.680,71

Mano de obra directa

Se toma como mano de obra directa, al recurso humano que interviene directamente en la elaboración de la materia prima para la transformación del producto

Cuadro 50
Mano de obra directa

DENOMINACIÓN	JEFE PRODUCCIÓN	OBREROS
Sueldo Básico	800,00	420,00
Décimo Tercero	66,67	35,00
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	33,33	17,50
Aporte patronal 12,15%	97,20	51,03
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00
TOTAL	**1.027,70**	**554,03**
Número de obreros	1,00	1,00
TOTAL MENSUAL	1.027,70	554,03
TOTAL ANUAL	**12.332,40**	**6.648,36**
Total de Sueldos	**18.980,76**	

Elaborado: La Autora

El rubro que se asignará para mano de obra directa al primer mes es de $ 1581,73; y en el primer año ascenderá a 18.980,76 dólares, valores que corresponden al sueldo del personal operativo

Proyección de la Mano de obra directa

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador, a más se incrementa desde el segundo año los fondos de reserva que es de 101,626 dólares.

Cuadro 51
Proyección de la Mano de obra directa

Años	Proyección 3,53%
1	18.980,76
2	19.082,39
3	19.755,99
4	20.453,38
5	21.175,39
6	21.922,88
7	22.696,75
8	23.497,95
9	24.327,43
10	25.186,18

Materia prima indirecta

Los materiales indirectos son aquellos necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables o que no amerita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación así tenemos:

Cuadro 52
Materia prima indirecta

Descripción del Producto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Diario	Costo Mensual	Costo Anual
Bandejas de poliestireno	374	0,08	29,92	658,24	7.898,88
Fundas Layerflex	374	0,04	14,96	329,12	3.949,44
Etiquetas	374	0,01	3,74	82,28	987,36
Total			**48,62**	**1.069,64**	**12.835,68**

Elaborado: La Autora

Proyección de la materia prima indirecta

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 57

Proyección de la materia prima indirecta

Años	Proyección 3,53%
1	12.835,68
2	13.288,78
3	13.757,87
4	14.243,53
5	14.746,32
6	15.266,87
7	15.805,79
8	16.363,73
9	16.941,37
10	17.539,40

Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta, es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio, es el personal que interviene de forma indirecta en el proceso de producción.

Cuadro 58
Mano de obra indirecta

DENOMINACIÓN	VENDEDOR	GUARDIAN
Sueldo Básico	370,00	370,00
Décimo Tercero	30,83	30,83
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	15,42	15,42
Aporte patronal 12,15%	44,96	44,96
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00
TOTAL	**491,71**	**491,71**
Número de obreros	1,00	1,00
TOTAL MENSUAL	491,71	491,71
TOTAL ANUAL	**5.900,46**	**5.900,46**
Total de Sueldos	**11.800,92**	

Elaborado: La Autora

El rubro que se asignará para mano de obra indirecta al primer mes es de $ 983,41; y en el primer año ascenderá a 11.800,92 dólares, valores que corresponden al sueldo del personal indirecto ósea que no participa en la producción de los botines.

Proyección de la mano de obra indirecta

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador, a más se incrementa desde el segundo año los fondos de reserva que es de 61,64 dólares.

Cuadro 59
Proyección de la mano de obra indirecta

Años	Proyección 3,53%
1	11.800,92
2	11.862,56
3	12.281,31
4	12.714,84
5	13.163,67
6	13.628,35
7	14.109,43
8	14.607,50
9	15.123,14
10	15.656,99

Sueldos administrativos

Se considera a todos los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos o cargos, así tenemos un gerente y secretaría/contadora y Jefe Administrativo.

Cuadro 60
Sueldos administrativos

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA/CONTADORA
Sueldo Básico	1.000,00	420,00
Décimo Tercero	83,33	35,00
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	41,67	17,50
Aporte patronal 12,15%	121,50	51,03
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00
TOTAL	**1.277,00**	**554,03**
Número de obreros	1,00	1,00
TOTAL MENSUAL	1.277,00	554,03
TOTAL ANUAL	**15.324,00**	**6.648,36**
Total de Sueldos	**21.972,36**	

Elaborado: La Autora

Proyección de la mano de obra indirecta

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador, a más se incrementa desde el segundo año los fondos de reserva que es de 118,29 dólares.

Cuadro 61
Proyección de la mano de obra indirecta

Años	Proyección 3,53%
1	21.972,36
2	22.090,65
3	22.870,45
4	23.677,77
5	24.513,60
6	25.378,93
7	26.274,80
8	27.202,30
9	28.162,55
10	29.156,68

Servicios básicos

Los servicios básicos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa están dado por la energía eléctrica, el agua potable que se utilizara para el normal desempeño de las operaciones en la empresa

Cuadro 62
Servicios Básicos

Especificación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Agua Potable m3	110	0,096	10,56	126,72
Energía Eléctrica Kw	180	0,11	19,80	237,60
Teléfono	150	0,06	9,00	108,00
Total			**39,36**	**472,32**

Elaborado: La Autora

Proyección de Servicios Básicos

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 63

Proyección de Servicios Básicos

Años	Proyección 3,53%
1	472,32
2	488,99
3	506,25
4	524,13
5	542,63
6	561,78
7	581,61
8	602,14
9	623,40
10	645,40

Útiles de oficina

Es todo aquel material de papelería que se utiliza en la oficina como son:

Cuadro 64
Útiles de Oficina

Especificación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Folios	12	1,50	18,00	216,00
Perfiles	6	0,25	1,50	18,00
Perforadora	1	2,50	2,50	30,00
Grapadora	1	2,50	2,50	30,00
Resma de papel bond	2	3,00	6,00	72,00
Esferos	3	0,25	0,75	9,00
Lápices	3	0,20	0,60	7,20
Corrector	2	0,75	1,50	18,00
Total			**33,35**	**400,20**

Proyección de Útiles de Oficina

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 65
Proyección de Útiles de Oficina

Años	Proyección 3,53%
1	400,20
2	414,33
3	428,95
4	444,09
5	459,77
6	476,00
7	492,80
8	510,20
9	528,21
10	546,86

Útiles de aseo

Se considera a todos los elementos que serán necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa en el transcurso del primer año de vida útil.

Cuadro 66

Útiles de Aseo

Implemento de Aseo	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Anual
Guantes	Unidad	1	1,50	1,50	18,00
Escobas	Unidad	1	2,00	2,00	24,00
Trapeador	Unidad	1	2,50	2,50	30,00
Recogedor	Unidad	1	1,00	1,00	12,00
Desinfectante	Galón	2	4,50	9,00	108,00
Cloro	Galón	2	4,50	9,00	108,00
Detergentes	Paquete	1	5,00	5,00	60,00
Papel Higiénico	Rollos	1	4,50	4,50	54,00
Papel Toalla	Rollos	1	3,50	3,50	42,00
Total				**38,00**	**456,00**

Elaborado: La Autora

Proyección de Útiles de Aseo

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 67
Proyección de Útiles de Aseo

Años	Proyección 3,53%
1	456,00
2	472,10
3	488,76
4	506,02
5	523,88
6	542,37
7	561,52
8	581,34
9	601,86
10	623,10

Arriendo

El rubro designado para el arriendo la empresa tiene un costo mensual de 220,00 dólares mensuales y un costo anual de 2.640.00 dólares.

Cuadro 68
Arriendo

Especificación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo	1	220,00	220,00	2.640,00
Total				**2.640,00**

Elaborado: La Autora

Proyección de Arriendo

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 69
Proyección de Arriendo

Años	Proyección 3,53%
1	2.640,00
2	2.733,19
3	2.829,67
4	2.929,56
5	3.032,97
6	3.140,04
7	3.250,88
8	3.365,64
9	3.484,45
10	3.607,45

Publicidad

La publicidad es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que servirá para comunicar y dar a conocer a la colectividad de la existencia de la empresa La Sabrosa

Cuadro 70
Publicidad

Especificación	FACTOR	Cantidad	Precio	Valor Mensual	Valor Anual
Radio	Anuncio	60	1,50	90,00	1.080,00
Prensa Escrita	1/4 Página	2	15,00	30,00	360,00
Total				**120,00**	**1.440,00**

Proyección de publicidad

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 71
Proyección de Publicidad

AÑOS	Proyección 3,53%
1	1.440,00
2	1.490,83
3	1.543,46
4	1.597,94
5	1.654,35
6	1.712,75
7	1.773,21
8	1.835,80
9	1.900,61
10	1.967,70

Alquiler de vehículo

Para la distribución y entrega de la carne vegetal empacada al vacío a las, autoservicios, supermercados y tiendas, se realizará el alquiler de un vehículo apropiado para realizar esta clase de entregas

Cuadro 71
Alquiler de Vehículo

Especificación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Alquiler	22	5,00	110,00	1.320,00
Total				**1.320,00**

Elaborado: La Autora

Proyección de Alquiler de Vehículo

La proyección se la realizó basándose según la tasa de inflación anual del año 2015, es de 3,53%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 72
Proyección de Alquiler de Vehículo

AÑOS	PROYECCIÓN 3,53%
1	1.320,00
2	1.366,60
3	1.414,84
4	1.464,78
5	1.516,49
6	1.570,02
7	1.625,44
8	1.682,82
9	1.742,22
10	1.803,72

Cuadro 73
Resumen de activos circulantes

Especificación	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Materia prima directa	6.993,80	8.3925,60
Mano de obra directa	1.581,73	1.8980,76
Materia prima indirecta	1.069,64	1.2835,68
Mano de obra indirecta	983,41	1.1800,92
Sueldos administrativos	1.831,03	2.1972,36
Servicios básicos	39,36	472,32
Útiles de oficina	33,35	400,20
Útiles de aseo	38,00	456,00
Arriendo	220,00	2.640,00
Publicidad	120,00	1.440,00
Alquiler de vehículo	110,00	1.320,00
Total	**13.020,32**	**156.243,84**
Imprevistos 5%	651,02	7.812,19
Total	**13.671,34**	**164.056,03**

Elaborado: La Autora

El capital de operación requerido asciende a $ 13.671,34mensuales lo que significa que al primer año será de $ 164.056,03

Total de la inversión del proyecto

Cuadro 74
Total de la inversión del proyecto

Especificación	**Valor Total**
Activo Fijo	15.850,10
Activo Diferido	2.100,00
Activo Circulante	13.671,34
Total	**31.621,44**

Elaborado: La Autora

La inversión requerida para la puesta en marcha del presente proyecto es de $ 31.621,44 dólares

Financiamiento

Para la puesta en marcha de la empresa se utilizarán dos clases de inversiones una propia que asciende a la cantidad 15.621,44 dólares que representa el 49,40% y una inversión externa financiada a través de Corporación Financiera Nacional. CFN de 16.000 dólares correspondientes al 50,60% restante de la inversión, el crédito es ofrecido a bajo intereses, esto con apoyando a la creación de microempresas a nivel nacional.

El plazo es de 10 años, con el interés de 11,18% los mismos que se realizaran con pagos semestrales.

Cuadro 75
Financiamiento

Financiamiento	cantidad	%
Capital Propio	15.621,44	49,40
Capital Externo	16.000,00	50,60
Total Inversión	**31.621,44**	**100,00**

Elaborado: La Autora

Cuadro 76
Financiamiento

AMORTZACIÓN								
AÑO	**SEMESTRE**	**SALDO INICIAL**	**AMORTIZ.**	**INTERES**	**DIVIDENDO SEMESTRAL**	**DIVIDENDO ANUAL**	**SALDO FINAL**	**INTERES**
	1	16.000,00	800,00	894,40	1.694,40		15.200,00	
1	2	15.200,00	800,00	849,68	1.649,68	3.344,08	14.400,00	1.744,08
	1	14.400,00	800,00	804,96	1.604,96		13.600,00	
2	2	13.600,00	800,00	760,24	1.560,24	3.165,20	12.800,00	1.565,20
	1	12.800,00	800,00	715,52	1.515,52		12.000,00	
3	2	12.000,00	800,00	670,80	1.470,80	2.986,32	11.200,00	1.386,32
	1	11.200,00	800,00	626,08	1.426,08		10.400,00	
4	2	10.400,00	800,00	581,36	1.381,36	2.807,44	9.600,00	1.207,44
	1	9.600,00	800,00	536,64	1.336,64		8.800,00	
5	2	8.800,00	800,00	491,92	1.291,92	2.628,56	8.000,00	1.028,56
	1	8.000,00	800,00	447,20	1.247,20		7.200,00	
6	2	7.200,00	800,00	402,48	1.202,48	2.449,68	6.400,00	849,68
	1	6.400,00	800,00	357,76	1.157,76		5.600,00	
7	2	5.600,00	800,00	313,04	1.113,04	2.270,80	4.800,00	670,80
	1	4.800,00	800,00	268,32	1.068,32		4.000,00	
8	2	4.000,00	800,00	223,60	1.023,60	2.091,92	3.200,00	491,92
	1	3.200,00	800,00	178,88	978,88		2.400,00	
9	2	2.400,00	800,00	134,16	934,16	1.913,04	1.600,00	313,04
	1	1.600,00	800,00	89,44	889,44		800,00	
10	2	800,00	800,00	44,72	844,72	1.734,16	0,00	134,16

Fuente: CFN
Elaborado: La Autora

Estructura de costos

Estructuración de costos es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización. Como tal, debe cubrir todas las operaciones de la organización, definir mecanismos para el procesamiento de datos financieros, y desarrollar la capacidad de diseminación de información oportuna y de calidad a nivel interno y externo.

Cuadro 77
Distribución de los costos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑ0 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	83925,60	86888,17	89955,33	93130,75	96418,26
Mano de directa	18980,76	19082,39	19755,99	20453,38	21175,39
Mano de Obra Indirecta	11800,92	11862,56	12281,31	12714,84	13163,67
Total costos primos	**114707,28**	**117833,12**	**121992,63**	**126298,97**	**130757,32**
COSTO DE PRODUCIÓN					
Materiales indirectos	12835,68	13288,78	13757,87	14243,53	14746,32
Útiles de Aseo	456,00	472,10	488,76	506,02	523,88
Amortiz. De Act. Diferido	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Deprec. Maquinaria y Equ	720,90	720,90	720,90	720,90	720,90
Sub Total	**14222,58**	**14691,78**	**15177,53**	**15680,44**	**16201,10**
Imprevistos 5%	711,13	734,59	758,88	784,02	810,05
Total Costos de Producción	**14933,71**	**15426,36**	**15936,41**	**16464,46**	**17011,15**
Total de Costos de Produ	**129640,99**	**133259,49**	**137929,04**	**142763,43**	**147768,48**
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTO ADMINISTRATIV					
Sueldos Administrativos	21972,36	22090,65	22870,45	23677,77	24513,60
Servicios Básicos	472,32	488,99	506,25	524,13	542,63
Útiles de oficina	400,20	414,33	428,95	444,09	459,77
Depr. muebles y enseres	89,10	89,10	89,10	89,10	89,10
Deprec. Equipo de Comp	758,49	758,49	758,49	837,30	837,30
Depr. Equipo de oficina	47,72	47,72	47,72	47,72	47,72
Arriendo	2640,00	2733,19	2829,67	2929,56	3032,97
Sub Total	26380,19	26622,47	27530,64	28549,68	29523,09
Imprevistos 5%	1319,01	1331,12	1376,53	1427,48	1476,15
Total Gastos Administra	**27699,20**	**27953,59**	**28907,17**	**29977,16**	**30999,25**
GASTOS DE VENTA					
Publicidad y propaganda	1440,00	1490,83	1543,46	1597,94	1654,35
Alquiler de Vehículo	1320,00	1366,60	1414,84	1464,78	1516,49
Sub Total	2760,00	2857,43	2958,30	3062,72	3170,84
Imprevistos 5%	138,00	142,87	147,91	153,14	158,54
Total de gastos de venta	**2898,00**	**3000,30**	**3106,21**	**3215,86**	**3329,38**
Total de Costos de Opera	**30597,20**	**30953,89**	**32013,38**	**33193,02**	**34328,63**
GASTOS FINANCIEROS					
Interés por Préstamo	1744,08	1565,20	1386,32	1207,44	1028,56
Total de gastos financiero	**1744,08**	**1565,20**	**1386,32**	**1207,44**	**1028,56**
TOTAL COSTOS DE PROD	**161982,27**	**165778,58**	**171328,74**	**177163,89**	**183125,66**

Elaborado: La Autora

Distribución de los costos

	AÑ0 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑ0 9	AÑO 10
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	99821,83	103345,54	106993,64	110770,51	114680,71
M ano de directa	21922,88	22696,75	23497,95	24327,43	25186,18
Mano de Obra Indirecta	13628,35	14109,43	14607,50	15123,14	15656,99
Total costos primos	**135373,06**	**140151,73**	**145099,08**	**150221,08**	**155523,88**
COSTO DE PRODUCIÓN					
Materiales indirectos	15266,87	15805,79	16363,73	16941,37	17539,40
Útiles de Aseo	542,37	561,52	581,34	601,86	623,10
Amortiz. De Act. Diferido	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Deprec. Maquinaria y Equipos	720,90	720,90	720,90	720,90	720,90
Sub Total	**16740,14**	**17298,20**	**17875,97**	**18474,13**	**19093,41**
Imprevistos 5%	837,01	864,91	893,80	923,71	954,67
Total Costos de Producción	**17577,14**	**18163,11**	**18769,77**	**19397,84**	**20048,08**
Total de Costos de Produ	**152950,20**	**158314,84**	**163868,85**	**169618,92**	**175571,96**
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTO ADMINISTRATIV					
Sueldos Administrativos	25378,93	26274,80	27202,30	28162,55	29156,68
Servicios Básicos	561,78	581,61	602,14	623,40	645,40
Útiles de oficina	476,00	492,80	510,20	528,21	546,86
Depr. muebles y enseres	89,10	89,10	89,10	89,10	89,10
Deprec. Equipo de Comp	837,30	1020,34	1020,34	1020,34	1372,59
Depr. Equipo de oficina	47,72	47,72	47,72	47,72	47,72
Arriendo	3140,04	3250,88	3365,64	3484,45	3607,45
Sub Total	30530,87	31757,26	32837,45	33955,76	35465,80
Imprevistos 5%	1526,54	1587,86	1641,87	1697,79	1773,29
Total Gastos Administra	**32057,41**	**33345,13**	**34479,32**	**35653,55**	**37239,09**
GASTOS DE VENTA					
Publicidad y propaganda	1712,75	1773,21	1835,80	1900,61	1967,70
Alquiler de Vehículo	1570,02	1625,44	1682,82	1742,22	1803,72
Sub Total	3282,77	3398,65	3518,62	3642,83	3771,42
Imprevistos 5%	164,14	169,93	175,93	182,14	188,57
Total de gastos de venta	**3446,91**	**3568,58**	**3694,55**	**3824,97**	**3959,99**
Total de Costos de Opera	**35504,32**	**36913,71**	**38173,87**	**39478,52**	**41199,08**
GASTOS FINANCIEROS					
Interés por Préstamo	849,68	670,80	491,92	313,04	134,16
Total de gastos financiero	**849,68**	**670,80**	**491,92**	**313,04**	**134,16**
TOTAL COSTOS DE PROD	**189304,20**	**195899,35**	**202534,64**	**209410,48**	**216905,20**

Elaborado: La Autora

Ingresos totales

Para determinar los ingresos totales procedemos a dividir los costos totales para las unidades producidas, dándonos el costo unitario, a esta cantidad sumamos el margen de utilidad y obtenemos el costo unitario, valor que es multiplicado por las unidades producidas y nos da las ventas totales.

Formula

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{COSTO \cdot TOTAL}{CapacidadUtilizada}$$

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{161.982,27}{98.842}$$

$COSTO \cdot UNITARIO = \$1,64$ Cuánto cuesta producir cada libra de carne vegetal

El precio de venta está dado por la utilidad o rentabilidad que obtendremos así:

P. U. V. = Costo Unitario + Utilidad

P. U. V. = (1,64* 15%) = P. U. V =$ 1,88 es el costo por cada libra de carne vegetal de venta al público, tomando en cuenta el costo de la materia prima directa e indirecta más la utilidad.

Cuadro 78
Ingresos Totales

Años	Costos Totales	Unidades Producidas	Costo Unitario	Margen Utilidad 15%	P.V.P Promedio	Ventas Totales
1	161.982,27	98.842	1,64	0,25	1,88	186.279,61
2	165.778,58	101.376	1,64	0,25	1,88	190.645,36
3	171.328,74	103.910	1,65	0,25	1,90	197.028,05
4	177.163,89	106.445	1,66	0,25	1,91	203.738,48
5	183.125,66	108.979	1,68	0,25	1,93	210.594,51
6	189.304,20	111.514	1,70	0,25	1,95	217.699,83
7	195.899,35	114.048	1,72	0,26	1,98	225.284,25
8	202.534,64	116.582	1,74	0,26	2,00	232.914,84
9	209.410,48	119.117	1,76	0,26	2,02	240.822,05
10	216.905,20	121.651	1,78	0,27	2,05	249.440,98

Elaborado: La Autora

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Costos Fijos y Variables.

Costos fijos

Son costos que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción de la carne vegetal. Los costos fijos se dan por pagos de agua, luz, teléfono, salarios administrativos entre otros.

Costos variables

Estos costos varían en proporción al volumen de las ventas o al nivel de la actividad. Por ejemplo las materias primas o las compras de mercaderías, la mano de obra directa, etc. El manejo de costos variables hace que la empresa sea mucho más adaptable a las circunstancias cambiantes del mercado.

Cuadro 79

Distribución de costos

	AÑO 1		AÑO 2		AÑ0 3		AÑO 4	
Detalle	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTOS PRIMOS								
Materia Prima Directa		83.925,60		86.888,17		89.955,33		93.130,75
M ano de directa		18.980,76		19.082,39		19.755,99		20.453,38
Mano de Obra Indirecta		11.800,92		11.862,56		12.281,31		12.714,84
Total costos primos		**114.707,28**		**117.833,12**		**121.992,63**		**126.298,97**
COSTO DE PRODUCIÓN								
Materiales indirectos	12.835,68		13.288,78		13.757,87		14.243,53	
Útiles de Aseo	456,00		472,10		488,76		506,02	
Amortiz. De Act. Diferidos	210,00		210,00		210,00		210,00	
Deprec. Maquinaria y Equ	720,90		720,90		720,90		720,90	
Sub Total	14.222,58		14.691,78		**15.177,53**		**15.680,44**	
Imprevistos 5%	711,13		734,59		758,88		784,02	
Total Costos de Producción	14.933,71		15.426,36		**15.936,41**		**16.464,46**	
COSTOS DE OPERACIÓN								
GASTO ADMINISTRATIV								
Sueldos Administrativos	21.972,36		22.090,65		22.870,45		23.677,77	
Servicios Básicos	472,32		488,99		506,25		524,13	
Útiles de oficina	400,20		414,33		428,95		444,09	
Depr. muebles y enseres	89,10		89,10		89,10		89,10	
Deprec. Equipo de Comp	758,49		758,49		758,49		837,30	
Depr. Equipo de oficina	47,72		47,72		47,72		47,72	
Arriendo	2.640,00		2.733,19		2.829,67		2.929,56	
Sub Total	26.380,19		26.622,47		27.530,64		28.549,68	
Imprevistos 5%	1.319,01		1.331,12		1.376,53		1.427,48	
Total Gastos Administra	27.699,20		27.953,59		28.907,17		**29.977,16**	
GASTOS DE VENTA								
Publicidad y propaganda	1.440,00		1.490,83		1.543,46		1.597,94	
Alquiler de Vehículo	1.320,00		1.366,60		1.414,84		1.464,78	
Sub Total	2.760,00		2.857,43		2.958,30		3.062,72	
Imprevistos 5%	138,00		142,87		147,91		153,14	
Total de gastos de venta	2.898,00		3.000,30		3.106,21		3.215,86	
Total de Costos de Opera	30.597,20		**30.953,89**		**32.013,38**		**33.193,02**	
GASTOS FINANCIEROS								
Interés por Préstamo	1.744,08		1.565,20		1.386,32		1.207,44	
Total de gastos financiero	1.744,08		**1.565,20**		**1.386,32**		**1.207,44**	
TOTAL COSTOS DE PROD	**47.274,99**	**114.707,28**	**47.945,46**	**117.833,12**	**49.336,11**	**121.992,63**	**50.864,92**	**126.298,97**
Total de Costos	**161.982,27**		**165.778,58**		**171.328,74**		**177.163,89**	

Elaborado: La Autora

Cuadro 79

Distribución de costos

	AÑO 5		AÑO 6		AÑ0 7	
Detalle	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTOS PRIMOS						
Materia Prima Directa		96.418,26		99.821,83		103.345,54
M ano de directa		21.175,39		21.922,88		22.696,75
Mano de Obra Indirecta		13.163,67		13.628,35		14.109,43
Total costos primos		**130.757,32**		**135.373,06**		**140.151,73**
COSTO DE PRODUCIÓN						
Materiales indirectos	14.746,32		15.266,87		15.805,79	
Útiles de Aseo	523,88		542,37		561,52	
Amortiz. De Act. Diferidos	210,00		210,00		210,00	
Deprec. Maquinaria y Equ	720,90		720,90		720,90	
Sub Total	**16.201,10**		**16.740,14**		**17.298,20**	
Imprevistos 5%	810,05		837,01		864,91	
Total Costos de Producción	**17.011,15**		**17.577,14**		**18.163,11**	
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTO ADMINISTRATIV						
Sueldos Administrativos	24.513,60		25.378,93		26.274,80	
Servicios Básicos	542,63		561,78		581,61	
Útiles de oficina	459,77		476,00		492,80	
Depr. muebles y enseres	89,10		89,10		89,10	
Deprec. Equipo de Comp	837,30		837,30		1.020,34	
Depr. Equipo de oficina	47,72		47,72		47,72	
Arriendo	3.032,97		3.140,04		3.250,88	
Sub Total	29.523,09		30.530,87		31.757,26	
Imprevistos 5%	1.476,15		1.526,54		1.587,86	
Total Gastos Administra	**30.999,25**		**32.057,41**		**33.345,13**	
GASTOS DE VENTA						
Publicidad y propaganda	1.654,35		1.712,75		1.773,21	
Alquiler de Vehículo	1.516,49		1.570,02		1.625,44	
Sub Total	3.170,84		3.282,77		3.398,65	
Imprevistos 5%	158,54		164,14		169,93	
Total de gastos de venta	3.329,38		**3.446,91**		**3.568,58**	
Total de Costos de Opera	**34.328,63**		**35.504,32**		**36.913,71**	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por Préstamo	1.028,56		849,68		670,80	
Total de gastos financiero	**1028,56**		**849,68**		**670,80**	
TOTAL COSTOS DE PROD	**52.368,34**	**130.757,32**	**53.931,14**	**135.373,06**	**55.747,62**	**140.151,73**
Total de Costos	**183.125,66**		**189.304,20**		**195.899,35**	

Elaborado: La Autora

Cuadro 79

Distribución de costos

	AÑO 8		AÑO 9		AÑ0 10	
Detalle	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTOS PRIMOS						
Materia Prima Directa		106.993,64		110.770,51		114.680,71
M ano de directa		23.497,95		24.327,43		25.186,18
Mano de Obra Indirecta		14.607,50		15.123,14		15.656,99
Total costos primos		**145.099,08**		**150.221,08**		**155.523,88**
COSTO DE PRODUCIÓN						
Materiales indirectos	16.363,73		16.941,37		17.539,40	
Útiles de Aseo	581,34		601,86		623,10	
Amortiza. De Act. Diferidos	210,00		210,00		210,00	
Depres. Maquinaria y Equ	720,90		720,90		720,90	
Sub Total	**17.875,97**		**18.474,13**		**19.093,41**	
Imprevistos 5%	893,80		923,71		954,67	
Total Costos de Producción	**18.769,77**		**19.397,84**		**20.048,08**	
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTO ADMINISTRATIV						
Sueldos Administrativos	27.202,30		28.162,55		29.156,68	
Servicios Básicos	602,14		623,40		645,40	
Útiles de oficina	510,20		528,21		546,86	
Depr. muebles y enseres	89,10		89,10		89,10	
Deprec. Equipo de Comp	1.020,34		1.020,34		1.372,59	
Depr. Equipo de oficina	47,72		47,72		47,72	
Arriendo	3.365,64		3.484,45		3.607,45	
Sub Total	32.837,45		33.955,76		35.465,80	
Imprevistos 5%	1.641,87		1.697,79		1.773,29	
Total Gastos Administra	**34.479,32**		**35.653,55**		**37.239,09**	
GASTOS DE VENTA						
Publicidad y propaganda	1.835,80		1.900,61		1.967,70	
Alquiler de Vehículo	1.682,82		1.742,22		1.803,72	
Sub Total	3.518,62		3.642,83		3.771,42	
Imprevistos 5%	175,93		182,14		188,57	
Total de gastos de venta	**3.694,55**		**3.824,97**		**3.959,99**	
Total de Costos de Opera	**38.173,87**		**39.478,52**		**41.199,08**	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por Préstamo	491,92		313,04		134,16	
Total de gastos financiero	**491,92**		**313,04**		**134,16**	
TOTAL COSTOS DE PROD	**57.435,56**	**145.099,08**	**59.189,40**	**150.221,08**	**61.381,32**	**155.523,88**
Total de Costos	**202.534,64**		**209.410,48**		**216.905,20**	

Elaborado: La Autora

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida de la empresa, el mismo que ha sido elaborado para diez años de vida útil que tendrá el proyecto.

Cuadro 80

Estado de Perdigas y Ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	186.279,61	190.645,36	197.028,05	203.738,48	210.594,51	217.699,83	225.284,25	232.914,84	240.822,05	249.440,98
(-) Costos Totales	161.982,27	165.778,58	171.328,74	177.163,89	183.125,66	189.304,20	195.899,35	202.534,64	209.410,48	216.905,20
(=) Utilidad Bruta	24.297,34	24.866,79	25.699,31	26.574,58	27.468,85	28.395,63	29.384,90	30.380,20	31.411,57	32.535,78
(-)Trabajador 15%	3.644,60	3.730,02	3.854,90	3.986,19	4.120,33	4.259,34	4.407,74	4.557,03	4.711,74	4.880,37
(=) Utilidad - Antes-impuesto	20.652,74	21.136,77	21.844,41	22.588,40	23.348,52	24.136,29	24.977,17	25.823,17	26.699,84	27.655,41
(-) Impuesto. Renta 22%	4.543,60	4.650,09	4.805,77	4.969,45	5.136,67	5.309,98	5.494,98	5.681,10	5.873,96	6.084,19
(=) Utilidad-antes-reserva	16.109,14	16.486,68	17.038,64	17.618,95	18.211,85	18.826,30	19.482,19	20.142,07	20.825,87	21.571,22
(-)reserva 10%	1.610,91	1.648,67	1.703,86	1.761,89	1.821,18	1.882,63	1.948,22	2.014,21	2.082,59	2.157,12
(=) utilidad-liquida	14.498,22	14.838,01	15.334,78	15.857,05	16.390,66	16.943,67	17.533,97	18.127,86	18.743,28	19.414,10

Elaborado: La Autora

Punto de equilibrio

Un punto de equilibrio permite determinar la posible rentabilidad de la venta dela carne vegetal. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos de producción en este caso no existe ni perdida ni ganancia.

En el proyecto usaremos el método gráfico y matemático.

Cálculo del punto de equilibrio para el primer año

Método Matemático

En Función de las ventas:

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)} \quad PE = \frac{47.274,99}{1\text{-}(114.707,28/186.279,61)} \quad PE = \frac{47.274,99}{1\text{-}0,615780116}$$

$$PE = \frac{47.274,99}{0,38421984} = 123.041,51 dólares$$

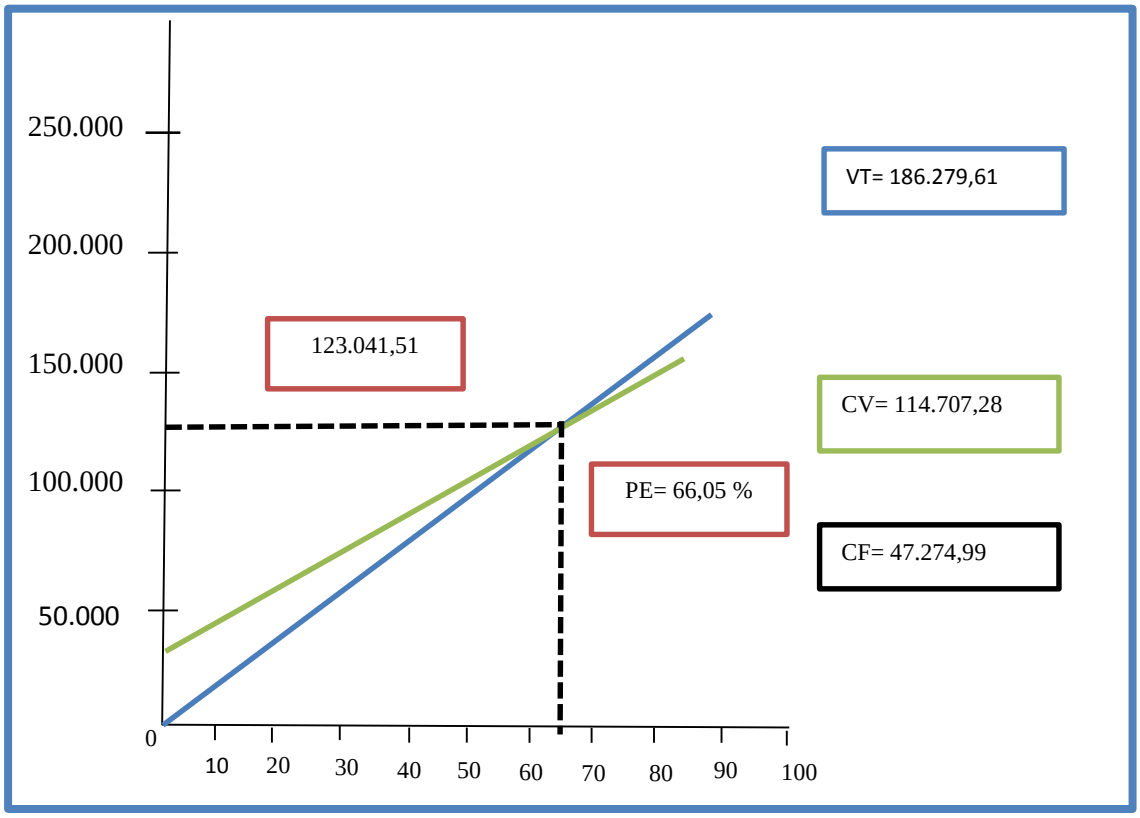
En **Función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100 \quad PE = \frac{47.274,99}{186.279,61-114.707,28} \times 100$$

$$PE = \frac{47.274,99}{71.572,33} \times 100 \quad PE = 0,660520 \times 100 = 66,05\%$$

Método Gráfico

Gráfica 51
Punto de equilibrio en función de las ventas y capacidad instalada primer año



Elaborado: La Autora

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 66,05%, obteniendo una venta de 123.041,51 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

Punto de equilibrio para el quinto año

En Función de las ventas:

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{52.368,34}{1 - (130.757,32 / 210.594,51)}$$

$$PE = \frac{52.368,34}{1 - 0,620896}$$

$$PE = \frac{52.368,34}{0,379104} = 138.137,134 dólares$$

En **Función de la Capacidad Instalada:**

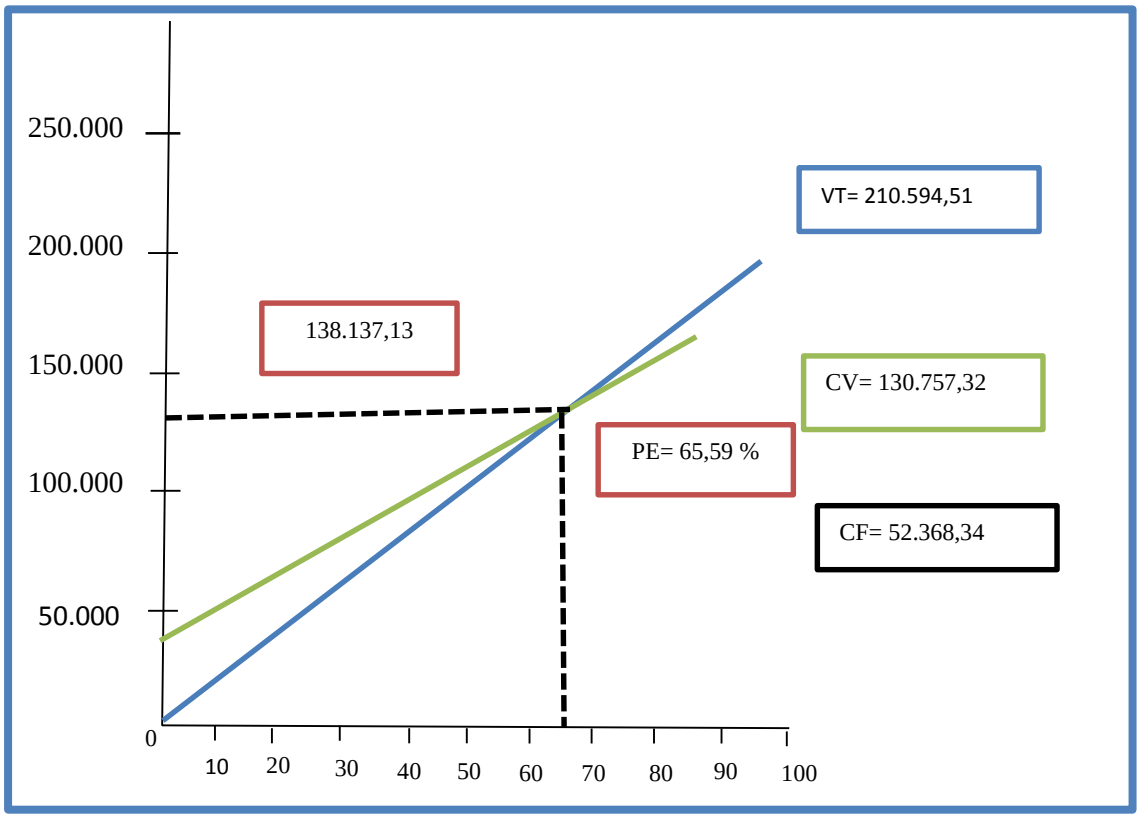
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 \quad PE = \frac{52.368,34}{210.594,51 - 130.757,32} \times 100$$

$$PE = \frac{52.368,34}{79.837,19} \times 100 \quad PE = 0,655939 \times 100 = 65,59\%$$

Método Gráfico

Gráfica 52

Punto de equilibrio en función de las ventas y capacidad instalada quinto año



Elaborado: La Autora

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 65,59%, obteniendo una venta de 138.137,13 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

Punto de equilibrio para el décimo año

En Función de las ventas:

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)} \quad PE = \frac{61.381,32}{1-(155.523,88/249.440,98)}$$

$$PE = \frac{61.381,32}{1-0,62348969}$$

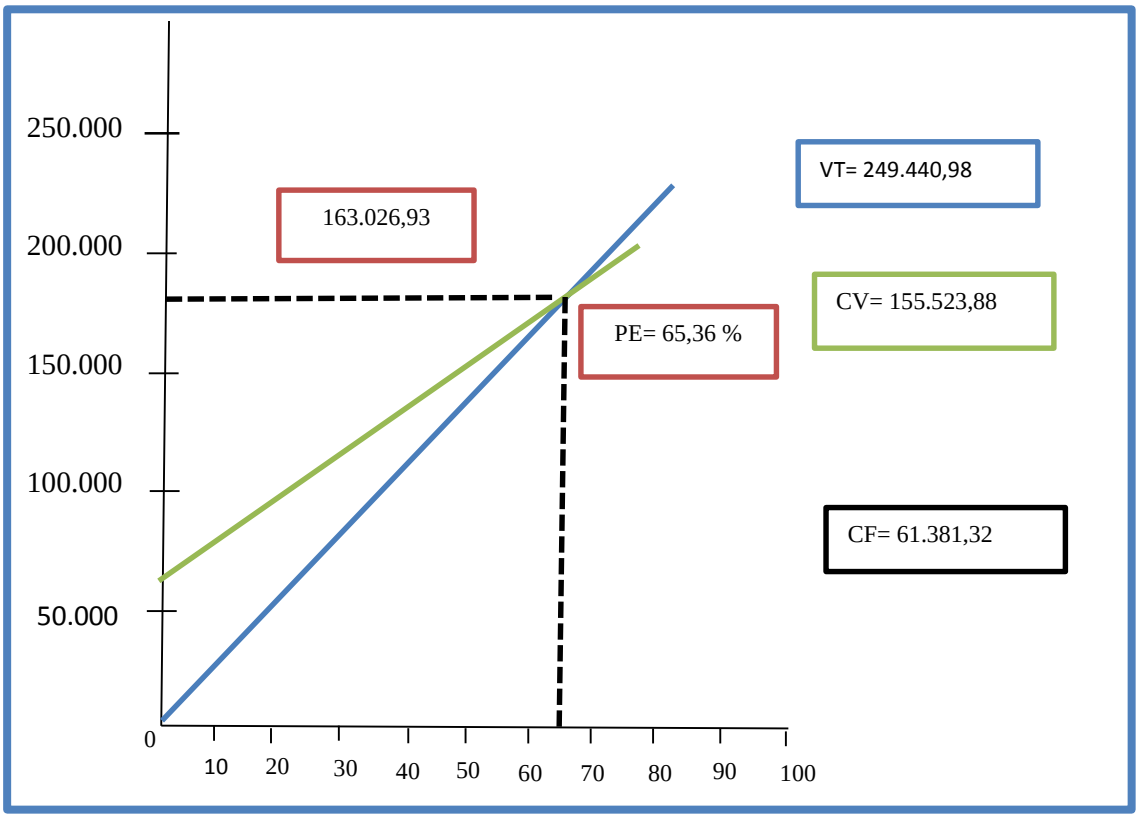
$$PE = \frac{61.381,32}{0,37651031} = 163.026,93 dólares$$

En Función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100 \quad PE = \frac{61.381,32}{249.440,98-155.523,88} \times 100$$

$$PE = \frac{61.381,32}{93.917,10} \times 100 \quad PE = 0,653569 \times 100 = 65,36\%$$

Gráfica 53
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA DECIMO AÑO



Elaborado: La Autora

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 65,36%, obteniendo una venta de 163.026,93 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

Evaluación financiera

La evaluación financiera, juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto.

Fulo de caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

En las finanzas el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión.

Cuadro 81
Flujo de caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑ0 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑ0 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑ0 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		186.279,61	190.645,36	197.028,05	203.738,48	210.594,51	217.699,83	225.284,25	232.914,84	240.822,05	249.440,98
Valor Residual				1.137,66			1.386,36			1.927,44	2.679,70
Capital Interno	15.621,44										
Capital Externo	16.000,00										
TOTAL DE INGRESOS	**31.621,44**	**186.279,61**	**190.645,36**	**198.165,72**	**203.738,48**	**210.594,51**	**219.086,20**	**225.284,25**	**232.914,84**	**242.749,49**	**252.120,68**
EGRESOS											
Activos Fijos	15.850,10										
Activos Diferidos	2.100,00										
Activos Circulantes	13.671,34										
Reinversión					3.894,22			4.904,49			6.818,66
Costos Totales		161.982,27	165.778,58	171.328,74	177.163,89	183.125,66	189.304,20	195.899,35	202.534,64	209.410,48	216.905,20
TOTAL EGRESOS	**31.621,44**	**161.982,27**	**165.778,58**	**171.328,74**	**181.058,11**	**183.125,66**	**189.304,20**	**200.803,84**	**202.534,64**	**209.410,48**	**223.723,86**
Utilidad Bruta		24.297,34	24.866,79	26.836,98	22.680,36	27.468,85	29.781,99	24.480,41	30.380,20	33.339,02	28.396,83
Útil. Trabaja.15%		3.644,60	3.730,02	4.025,55	3.402,05	4.120,33	4.467,30	3.672,06	4.557,03	5.000,85	4.259,52
(=)Utilidad ante Impues		20.652,74	21.136,77	22.811,43	19.278,31	23.348,52	25.314,69	20.808,35	25.823,17	28.338,16	24.137,30
Impues. Renta 22%		4.543,60	4.650,09	5.018,51	4.241,23	5.136,67	5.569,23	4.577,84	5.681,10	6.234,40	5.310,21
Utilidad antes Reserva		16.109,14	16.486,68	17.792,91	15.037,08	18.211,85	19.745,46	16.230,51	20.142,07	22.103,77	18.827,10
(+) Deprec. Activo fijo		1.725,94	1.725,94	1.725,94	2.109,14	2.109,14	2.109,14	2.110,14	2.110,14	2.110,14	2.111,14
(+) Amortización act. Diferí		210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
FLUJO NETO DE CAJA		**18.045,07**	**18.422,61**	**19.728,85**	**17.356,22**	**20.530,99**	**22.064,60**	**18.550,65**	**22.462,21**	**24.423,91**	**21.148,24**

Elaborado: La Autora

Valor Actual Neto (VAN)

Las inversiones son cambios entre gastos presentes e ingresos futuros, una forma de medir éste cambio exige una actualización, para calcular el VAN se trabajó con una tasa de oportunidad del 11,18%, que es la tasa de oportunidad actual del mercado**.**

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es mayor a uno se hace la inversión

Si el VAN es menor a uno se rechaza la inversión

Si el VAN es igual a uno en indiferente para la inversión

Fuente: Flujo de caja

VAN = Flujo de Caja - Inversión

VAN = 115811,29 – 31.621,44

VAN = 84189,85

$$\mathbf{F.A.} = \frac{\mathbf{1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})\nabla\mathbf{n}} \qquad \mathbf{F.A.} = \frac{\mathbf{1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{0.1118})\nabla\mathbf{1}} = \mathbf{0,89944}$$

Cuadro 82

Flujo de caja

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	31.621,44		
1	18.045,07	0,89944	16.230,50
2	18.422,61	0,80900	14.903,83
3	19.728,85	0,72765	14.355,61
4	17.356,22	0,65448	11.359,22
5	20.530,99	0,58866	12.085,83
6	22.064,60	0,52947	11.682,51
7	18.550,65	0,47623	88.34,31
8	22.462,21	0,42834	96.21,42
9	24.423,91	0,38527	94.09,69
10	21.148,24	0,34652	73.28,37
Total			115.811,29
(-) Inversión			31.621,44
(=) VAN			84.189,85

Elaborado: La Autora

Análisis:

El VAN es positivo lo que se recomienda la implantación del proyecto, ya que el inversionista acumulara $ 84.189,85, valor que acumulará en un período de 10 años una vez recuperar la inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el calcularlo de la tasa interna de retorno se ha tomado una tasa mínima y una tasa máxima, lo que hace que el resultado sea negativo y permita obtener los valores del VAN menor y mayor necesarios para obtener la TIR.

Los criterios de decisión basados en el TIR son:

Si el TIR es mayor a uno se hace la inversión

Si el TIR es menor a uno se rechaza la inversión

Si el TIR es igual a uno en indiferente para la inversión

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

$$\mathrm{TIR} = 58 + 1 * \left(\frac{418{,}54}{3.759{,}72}\right) = 0{,}111322\%$$

$$\mathbf{TIR} = \mathbf{58{,}11\%}$$

Cuadro 83
Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FUJO NETO	FACTOR 58%	VAN (Menor)	FACTOR 59%	VAN (Mayor)
1	18045,07	0,63291	11420,93	0,62893	11349,10
2	18422,61	0,40058	7379,67	0,39555	7287,14
3	19728,85	0,25353	5001,85	0,24878	4908,07
4	17356,22	0,16046	2785,01	0,15646	2715,61
5	20530,99	0,10156	2085,09	0,09840	2020,34
6	22064,60	0,06428	1418,25	0,06189	1365,57
7	18550,65	0,04068	754,67	0,03892	722,07
8	22462,21	0,02575	578,36	0,02448	549,89
9	24423,91	0,01630	398,02	0,01540	376,05
10	21148,24	0,01031	218,12	0,00968	204,79
SUMAN			**32039,97**		**28280,25**
Inversión			31621,44		31621,44
Total			**418,54**		**-3341,19**

Elaborado: La Autora

ANÁLISIS:

La TIR es 58,11% superando al costo del capital que es del 11,18%, por lo tanto el proyecto es rentable y se recomienda su ejecución

Relación Beneficio Costo R (B/C)

R (B/C) es lo contrario al VAN, Este no es un indicador de rentabilidad, si no más, bien es aquel que en función de los costos indica los posibles ingresos que tendrá el proyecto.

Los criterios de decisión basados en el R (B/C) son:

Si la R (B/C) es mayor a uno se hace la inversión

Si la R (B/C) es menor a uno se rechaza la inversión

Si la R (B/C) es igual a uno en indiferente para la inversión

$$\mathrm{R}\left({}^{\mathrm{B}}/_{\mathrm{C}}\right)\frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$\mathrm{R}\left({}^{\mathrm{B}}/_{\mathrm{C}}\right)\frac{503.940{,}59}{440.816{,}21} = 1{,}14 \text{ Dólares}$$

Cuadro 84
Relación Beneficio Costo

Años	Costo Original	Factor 11,18%	Costo Actualizado	Ingreso original	Factor 11,18%	Ingreso actualizado
1	161.982,27	0,8994	145.693,71	186.279,61	0,89944	167.547,77
2	165.778,58	0,8090	134.114,29	190.645,36	0,80900	154.231,44
3	171.328,74	0,7276	124.666,63	198.165,72	0,72765	144.194,44
4	181.058,11	0,6545	118.498,08	203.738,48	0,65448	133.341,82
5	183.125,66	0,5887	107.799,28	210.594,51	0,58866	123.969,17
6	189.304,20	0,5295	100.230,58	219.086,20	0,52947	115.999,20
7	200.803,84	0,4762	95.628,06	225.284,25	0,47623	107.286,27
8	202.534,64	0,4283	86.753,29	232.914,84	0,42834	99.766,28
9	209.410,48	0,3853	80.678,60	242.749,49	0,38527	93.522,97
10	223.723,86	0,3465	77.525,68	252.120,68	0,34652	87.365,86
TOTAL			**440.816,21**			**503.940,59**

Elaborado: La Autora

Análisis

Es aceptable el proyecto porque la R (B/C) es mayor al costo de capital, por cada dólar invertido se obtendrá $ 0,14 centavos de ganancia.

Periodo de recuperación de capital (PRC)

El periodo de recuperación del capital permite determinar el tiempo, es decir los años, meses y días en los que se recuperará la inversión inicial del proyecto; para lo que se hace necesario tomar en cuenta los flujos que genera el proyecto durante su vida útil, lo que se demuestra en el siguiente procedimiento.

$$\text{PRC} = \text{Año Antes a Cubrir Inversiób}\frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo de Año supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{31.621{,}44 - 18.045{,}07}{36.467{,}69} = 0{,}37228489$$

PRC = 1 + 0,37228489 AÑOS = 1, 37

Años = 1 * 1 = 1

Meses= 0,37 * 12 = 4,44 meses

Días= 0,44 * 30 = 13,2 días

Años: 1 año

Meses: 4 meses

Días: 13 días

Cuadro 85
Valor Actual Neto

Año	Inversión	Flujo Neto	Flujo Actualizado
0	**31.621,44**		
1		18.045,07	18.045,07
2		18.422,61	36.467,69
3		19.728,85	56.196,54
4		17.356,22	73.552,76
5		20.530,99	94.083,74
6		22.064,60	116.148,34
7		18.550,65	134.699,00
8		22.462,21	157.161,21
9		24.423,91	157.161,21
10		21.148,24	178.309,44

Elaborado: La Autora

ANÁLISIS

El Periodo de Recupera de Capital (PRC), es de 1 año, 4 meses y 13 días.

Análisis de Sensibilidad

La sensibilidad nos permite determinar la solides o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, evalúa resultados de modificar una de las variables

considerada como susceptible a cambios en el periodo de evaluación, es decir mide hasta qué punto afecta el incremento de los costos y la disminución de los ingresos, afectados por los precios, para tal efecto se requiere modificar los flujos de caja. Su interpretación permite decidir si se acepta o si se rechaza el proyecto

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible

Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente

Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible

Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

$$\mathrm{NTIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}\right) \quad \mathrm{NTIR} = 37 + 1\left(\frac{38{,}57}{754{,}07}\right) = \mathrm{NTIR}\ 37{,}05\%$$

DIFERENCIA TIR = 58,11 – 37,05 = **21,06**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN = 21,06 / 58,11 = **36,75**

SENSIBILIDAD = 36,75 / 37,05 = 0,99

Cuadro 86
Análisis de sensibilidad con incremento del 7,69% en los costos

Años	Costo Original	Costo Incrementado 7,69%	Ingreso Original	Flujo Neto	Actualización			
					Factor Act. 37,00%	Van Menor	Factor Act. 38,00%	Van Mayor
1	161.982,27	174.438,70	186.279,61	11.840,90	0,729927	8.643,00	0,72463768	8.580,37
2	165.778,58	178.526,95	190.645,36	12.118,41	0,532793	6.456,61	0,52509977	6.363,38
3	171.328,74	184.503,92	198.165,72	13.661,79	0,388900	5.313,08	0,38050708	5.198,41
4	181.058,11	194.981,48	203.738,48	8.756,99	0,283869	2.485,84	0,27572977	2.414,56
5	183.125,66	197.208,03	210.594,51	13.386,49	0,207204	2.773,73	0,19980418	2.674,68
6	189.304,20	203.861,70	219.086,20	15.224,50	0,151243	2.302,61	0,14478564	2.204,29
7	200.803,84	216.245,66	225.284,25	9.038,60	0,110397	997,83	0,10491713	948,30
8	202.534,64	218.109,56	232.914,84	14.805,28	0,080582	1.193,03	0,0760269	1.125,60
9	209.410,48	225.514,14	242.749,49	17.235,35	0,058819	1.013,76	0,05509196	949,53
10	223.723,86	240.928,22	252.120,68	11.192,46	0,042933	480,53	0,03992171	446,82
Total						31.660,01		30.905,93
Inversión						31.621,44		31.621,44
VAN						**38,57**		**-715,50**

Elaborado: La Autora

Análisis: El coeficiente de sensibilidad con incremento en los costos del 7,69% es del 0,99 siendo menor que uno, significa que el proyecto no es sensible a los cambios, lo que no afecta a la rentabilidad

Análisis de sensibilidad con decremento en sus ingresos

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible

Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente

Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible

Análisis de sensibilidad con decremento en los ingresos

$$\mathrm{NTIR} = \mathrm{Tm} + \mathrm{Dt}\left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}\right) \quad \mathrm{NTIR} = 37 + 1\left(\frac{61{,}29}{756{,}24}\right) = \mathrm{NTIR}\ 37{,}08\%$$

DIFERENCIA TIR = 58,11 – 37,08 = **21,03**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN = 21,03 / 58,11 = **36,75**

SENSIBILIDAD = 36,75 / 37,08 = **0,99**

Cuadro 87
Análisis de sensibilidad con incremento del 6,70% en los costos

Años	Ingreso Original	Ingreso Disminuido 6,70%	Costo Original	Flujo neto	Actualización			
					Factor Act. 37,00%	Van Menor	Factor Act. 38,00%	Van Mayor
1	186.279,61	173.798,87	161.982,27	11.816,61	0,729927	8.625,26	0,72463768	8.562,76
2	190.645,36	177.872,12	165.778,58	12.093,55	0,532793	6.443,36	0,52509977	6.350,32
3	198.165,72	184.888,61	171.328,74	13.559,87	0,388900	5.273,44	0,38050708	5.159,63
4	203.738,48	190.088,00	181.058,11	9.029,88	0,283869	2.563,30	0,27572977	2.489,81
5	210.594,51	196.484,68	183.125,66	13.359,02	0,207204	2.768,04	0,19980418	2.669,19
6	219.086,20	204.407,42	189.304,20	15.103,22	0,151243	2.284,26	0,14478564	2.186,73
7	225.284,25	210.190,21	200.803,84	9.386,37	0,110397	1.036,22	0,10491713	984,79
8	232.914,84	217.309,54	202.534,64	14.774,90	0,080582	1.190,58	0,0760269	1.123,29
9	242.749,49	226.485,28	209.410,48	17.074,80	0,058819	1.004,32	0,05509196	940,68
10	252.120,68	235.228,60	223.723,86	11.504,74	0,042933	493,94	0,03992171	459,29
Total						31.682,72		30.926,48
Inversión						31.621,44		31.621,44
VAN						61,29		-694,95

Elaborado: La Autora

ANÁLISIS: El coeficiente de sensibilidad con una disminución en los ingresos del 6,70% es de 0,99 porcentajes menores a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad**.**

h.- CONCLUSIONES

Una vez desarrollado el presente trabajo investigativo se puede concluir lo siguiente:

- Con la realización del estudio mercado, técnico, administrativo y financiero se pudo llegar a establecer que si es factible la implementación de la empresa de carne vegetal empacada al vacío, ya que los resultados demuestran una importante rentabilidad.
  - La demanda efectiva existente de carne vegetal es de 172.585 libras, con una oferta de 35.112 libras de carne vegetal, estableciéndose una demanda insatisfecha de 137.473 libras de carne vegetal.
- La empresa ubicara sus instalaciones en la Región 7 provincia de Zamora Chinchipe, cantón y ciudad de Yantzaza, barrio La Delicia, en las calles Adelaida Marcillo y Machinatza esquina, siendo el sitio más adecuado por ser un lugar netamente agrícola y por encontrarse en un lugar estratégico, tanto para recepción de materia prima e insumos como para el transporte del producto terminado.
- La empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será “La Sabrosa”; el plazo de duración para la empresa es de diez años a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil.

- Se requerirá de una inversión de $ 31.621,44, para la puesta en marcha del proyecto la misma que tendrá dos tipos de inversiones una interna con capital de los accionistas la misma que asciende a $15.621,44 dólares que corresponde al 49,40%%, y una externa a través de la Corporación Financiera Nacional de 16.000,00 dólares correspondientes al 50,60% a un crédito del 11,18% de interés anual.
- El presupuesto de Operaciones requeridos para el primer año es de $ 161.982,27, para un total de 98.842 libras de carnes vegetal, obteniendo un ingreso de $ 186.279,61, determinándose un punto de equilibrio para el primer año de vida útil, cuando sus ventas sea de 123.041,51 dólares y trabajando con el 66,05% de su capacidad instalada.

Los indicadores financieros se presentan de la siguiente manera:

VAN: Valor Actual Neto positivo de 84.189,85, dólares, siendo un proyecto conveniente

TIR: Tasa Interna de Retorno de 58,11%, siendo mayor al costo de capital

R (B/C): Relación Beneficio Costo es de 1,14, siendo 0,14 centavos de utilidad por cada dólar invertido

PRC: Periodo de Recuperación de Capital es de 1 años, 4 meses y 13 días;

Sensibilidad: indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del

7,69% y una disminución en los ingresos del 6,70%, lo que se demuestra que el proyecto no es sensible.

i.- RECOMENDACIONES

Para lo que se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda la ejecución el presente proyecto, ya que es una importante fuente de ingresos para los inversionistas.
- Que se incrementen los canales de comercialización proyectándose a un mercado más amplio como son los demás cantones de la provincia de Zamora Chinchipe.
- Se utilice al máximo su capacidad instalada del proyecto, para así cubrir la mayor cantidad de demanda insatisfecha, lo que representará mayores ingresos.
- Que se mantenga la ubicación seleccionada para la empresa, ya que esto permitirá que los clientes acudan con seguridad al mismo sitio y además logrará estabilidad en el mercado.
- Se realicen campañas de publicidad para que la empresa con el fin de dar a conocer lo más rápido posible del producto que ofrece la empresa en el cantón Yantzaza.
- Se emprenda en la búsqueda de mejores proveedores para la empresa con la finalidad de reducir el endeudamiento y con una mejor materia prima

j.- BIBLIOGRAFÍA

- Ala Hugo, “Diccionario de Términos Económicos”, Quito, 2010
- Arias, Fernando. Administración de las inversiones. Editorial Trillas. México 2011
- BACA, Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación. Editorial Mc Graw Hill, México 2010 p. 128
- BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 2012
- BYARS LLOYD L. Y LESLIES W. RUE, Gestión de Recursos Humanos, Ed. Irwin, Madrid España, 2011, 305 Páginas
- Cuellar, G. (2011). Análisis de la plaza, Recuperado el 30 de abril del 2011, de es.scribd.com
- Díaz Giménez Javier, Macroeconomía: primeros conceptos, Antoni Bosch editores, Barcelona, 2010, pág. 115
- Dirección de Marketing y Ventas. Cultural edición S.A. Edición 2012. Madrid España p.56
- Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2012 Pág. 10.
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. Madrid – España, 2013, Pág. 135.
- Fred, David. Conceptos de Administración estratégica. Editorial Prentice Hall. Novena Edición. 2010
- Galindo Lourdes; GARCIA José. Fundamentos de administración. Editorial Mc. Graw Hill. 2011
- García Echeverría, Santiago, Teoría Económica de la Empresa, ediciones Díaz de Santos S.A., Madrid – España, 2012, Pág. 159.
- Infante, Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma, 2010
- Jaramillo, Oswaldo. Guía para la elaboración de Proyectos de Tesis de Grado, Loja 2012.
- Kotler Philip, ARMSTRONG Gary, Fundamentos de marketing, Pág. 63
- Mariño, Wilson. 100 Negocios familiares de baja Inversión. Grupo Santillana S.A. 2011
- Pasaca M. (2010) P.63. Formulación y evaluación de proyectos.
- Reyes Ponce, Agustín., Administración de Empresas., Edit. Limusa., México., 2010 p. 145
- Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión formulación y evaluación de proyectos. Mcgraw – Hill

- Sapag Chain Nassir, Sapagchain Reinaldo Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos 2011 pág. 278
- Soriano Soriano Claudio L. Biblioteca de manuales prácticos de marketing El marketing mix: concepto, estrategia y aplicaciones EDIGRAFOS S.A. (MADRID) pág. 10, 11,12, 13
- Vázquez Víctor H. Organización Aplicada, Mc Graw Hill 2011, Pág. 120
- Velasquez, Ramiro., Administración de Empresas., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2012

k.- ANEXOS

Anexo 1

TEMA.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACION EN EL CANTON YANTZAZA, PROCINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE

PROBLEMÁTICA

De acuerdo con las ideas clásicas sobre el desarrollo, siempre se sostuvo que la riqueza en recursos naturales era una condición clave para permitir alcanzar mejores niveles de vida.

En América Latina, muchos repetían que la abundancia en minerales, suelos fértiles, agua dulce, y otros recursos, bastaba para asegurar el camino a la prosperidad y el bienestar. Sin embargo, los países del continente, y entre ellos Ecuador, siguen sufriendo serios problemas sociales; persiste la pobreza y la desigualdad, es evidente.

Es como si esa riqueza se escurriera entre nuestras manos para perderse más allá de las fronteras, alimentando los ríos del comercio internacional, pero sin desencadenar un salto cualitativo en el desarrollo nacional.

Ese tipo de contrastes ha sido catalogado por distintos analistas como una “maldición de la abundancia”. Esa riqueza parecería que no aseguraba el desarrollo, sino que por el contrario, terminaba cristalizando la pobreza (economista Alberto Acosta).

La globalización es el traspaso de fronteras, la conquista de nuevos mercados pero al no estar en las mismas condiciones para competir nos hace mayormente dependientes, más aun cuando la riqueza se encuentra vinculada a un reducido grupo de poder.

Actualmente estamos atravesando una crisis global, donde los mercados se encuentran en riesgo, existiendo una serie de obstáculos para acceder a créditos para emprender en nuevos negocios lo que ha provocado aumento en el desempleo, situación que ha obligado a buscar nuevas oportunidades de emprendimiento para mejorar los ingresos de sus habitantes mediante la creación de microempresas.

La carne vegetal, es una proteína vegetal de alta calidad, se obtiene mediante un proceso de extrusión de la harina desgrasada de soya o trigo. Partiendo de poroto de soya o los granos de trigo, se extraer de éste el aceite de y se obtiene el harina desgrasada, la alimentación es un proceso complejo que involucra aspectos de carácter biológico y psicológico, un adecuado consumo de alimentos permite mantener una vida sana y saludable, ya que este producto previene de algunas enfermedades como la descalcificación de los huesos gracias al alto contenido de calcio y fosforo, los ácidos grasos que contiene evita enfermedades del corazón.

En vista de esta realidad y con el ánimo de impulsas el desarrollo del país se pretende implantar una empresa productora de carne vegetal empacada al vacío y su comercialización en el cantón Yantzaza.

Por todo lo expuesto anteriormente se ha considerado que la problemática para la realización del presente trabajo investigativo es:

“LA FALTA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE” La misma que a más de generar rentabilidad, brinde fuentes de trabajo ofreciendo un mejor nivel de vida a sus habitantes.

JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

La presente investigación se justifica académicamente a través de la investigación y vincular los conocimientos teóricos y prácticos con la comunidad. Dando cumplimiento a un requisito fundamental para optar por mi profesionalización con el título de Ingeniera Comercial, y que además será un importante aporte para aquellas personas que quieran formar empresa siendo este documento una fuente de consulta para futuros inversionistas.

Justificación Socioeconómica

En la actualidad cada vez es más difícil encontrar fuentes de trabajo en nuestro medio sobre todo que le brinden seguridad y estabilidad laboral, a más si consideramos la tendencia actual al abandono del campo para migrar a otras ciudades o al exterior, con la realización de éste proyecto se pretende garantizar un mejor estilo de vida a la sociedad mediante la generación de nuevas empresa que garantice un producto de alta calidad que satisfagan los gustos y preferencias de la comunidad.

Con la creación de la empresa de producción y comercialización de carne vegetal, en el cantón Yantzaza, se generara nuevas fuentes de trabajo lo que permitirá un mejoramiento del cantón, así mismo contribuir con el cumplimiento y obligaciones con el estado mediante el pago de sus tributos.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa productora de carne vegetal y su comercialización en el cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos Específicos:

- Diseñar el estudio de mercado; que permita identificar el segmento de la población al cual se va a dirigir el producto, para conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha, que tiene la carne vegetal en el cantón Yantzaza.

- Realizar un estudio técnico; que permita determinar el lugar idóneo donde se ubicaría la empresa, sus requerimientos, costos de materia prima e insumos necesarios para producir la carne vegetal.
- Elaborar un estudio administrativo donde se establezcan: las normas legales de constitución y operación de la empresa, la estructura administrativa, procedimientos, funciones y políticas que faciliten su administración.
- Realizar el estudio financiero que me permita obtener la inversión y presupuestos del proyecto
- Establecer un estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto, mediante indicadores como: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, SENC que permita evaluar su viabilidad económica.

Anexo 2

ENCUESTA PARA LA OFERTA

Pregunta 1

Sexo:

Masculino ( ) Femenino ( )

Pregunta 2

¿Indique su nivel de ingreso mensual?

De $1 a $ 350 ( ) De $ 351 a $600 ( )

De $601 a $900 ( ) De 901 a $1.200 ( )

De 1201 a $1.500 ( ) De 1501 a $1.800 ( )

Pregunta 3

¿Conoce usted que es la carne vegetal?

Si ( ) No ( )

Pregunta 4

¿Consume usted carne vegetal?

Si ( ) No ( )

Pregunta 5

¿Cuánto libras de carne vegetal usted consume mensualmente?

De 1 a 3	( )	De 4 a 6	( )
De 7 a 9	( )	De 10 a 12	( )
De 13 a 15	( )	De 16 a 18	( )

Pregunta 6

¿Cuánto invierte en carne vegetal mensualmente?

De 10 a 20	( )	De 21 a 30	( )
De 31 a 40	( )	De 41 a 50	( )
De 51 a 60	( )	De 61 a 70	( )

Pregunta 7

¿De las siguientes, cual considera usted de importancia al momento de elegir su carne de soya?

Calidad	( )	Higiene	( )
Nutrición orgánica	( )	Precio	( )

Pregunta 8

¿Si en el cantón Yantzaza se creara una empresa productora de carne vegetal empacada al vacío y su comercialización, usted estaría de acuerdo en consumir su producto?

Si ( ) No ( )

Pregunta 9

¿Qué clase de promociones le gustaría que la empresa le ofrezca por la compra de sus productos?

10% de descuento	( )	Libra de 18 onzas	( )
2 libras por precio de una	( )		

Pregunta 10

¿Por qué medios publicitarios le gustaría a usted enterarse de la existencia de la nueva empresa de carne vegetal empacada al vacío?

Televisión	( )	Radio	( )
Prensa escrita	( )	Hojas volantes	( )
Vallas Publicitarias	( )		

GRACIAS

Anexo 3

ENCUESTAS PARA LA OFERTA

Pregunta 1

¿Su establecimiento comercial está clasificado como?:

Autoservicio ( ) Supermercado ( )

Tienda ( ) Otros ( )

Pregunta 2

¿En su establecimiento usted comercializa carne vegetal empacada al vacío?

Si ( ) No ( )

Pregunta 3

¿En qué tipo de presentación usted expende la carne?

Carne vegetal fresca ( ) Carne vegetal congelada ( )

Carne empacada al vacío ( )

Pregunta 4

¿Cuántas libras de carne vegetal vende usted al mes?

De 1 a 30 ( ) De 31 a 60 ( )

De 61 a 90 ( ) De 91 a 120 ( )

Pregunta 5

¿Cómo realiza usted los pagos de la adquisición de la carne vegetal?

Al contado ( ) A crédito ( )

Pregunta 6

¿Marque un aspecto que considere de importancia en la carne vegetal?

Calidad ( ) Los Precios ( )

Presentación ( )

Pregunta 7
¿Cuál es el precio que usted paga por la compra de la carne vegetal?

De $1,50 a $2,00 ( ) De $2,50 a $3,00 ( )

8.- ¿Qué clase de promociones le gustaría recibir por la compra de la carne vegetal?

Descuentos ( ) Créditos ( )

Otros ( )

GRACIAS

Anexo 4

Depreciaciones

Adecuación de la empresa.

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		110,00		2200,00
1	2194,50		109,73	2084,78
2	2084,78		109,73	1975,05
3	1975,05		109,73	1865,33
4	1865,33		109,73	1755,60
5	1755,60		109,73	1645,88
6	1645,88		109,73	1536,15
7	1536,15		109,73	1426,43
8	1426,43		109,73	1316,70
9	1316,70		109,73	1206,98
10	1206,98		109,73	1097,25
11	1097,25		109,73	987,53
12	987,53		109,73	877,80
13	877,80		109,73	768,08
14	768,08		109,73	658,35
15	658,35		109,73	548,63
16	548,63		109,73	438,90
17	438,90		109,73	329,18
18	329,18		109,73	219,45
19	219,45		109,73	109,73
20	109,73		109,73	0,00

MAQUINARIA y EQUIPOS

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		801,00		8010,00
1	7208,99		720,90	6488,09
2	6488,09		720,90	5767,19
3	5767,19		720,90	5046,29
4	5046,29		720,90	4325,39
5	4325,39		720,90	3604,50
6	3604,50		720,90	2883,60
7	2883,60		720,90	2162,70
8	2162,70		720,90	1441,80
9	1441,80		720,90	720,90
10	720,90		720,90	0,00

MUEBLES Y ENSERES

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		99,00		990,00
1	890,99		89,10	801,89
2	801,89		89,10	712,79
3	712,79		89,10	623,69
4	623,69		89,10	534,59
5	534,59		89,10	445,50
6	445,50		89,10	356,40
7	356,40		89,10	267,30
8	267,30		89,10	178,20
9	178,20		89,10	89,10
10	89,10		89,10	0,00

Equipos de oficina

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		48,20		482,00
1	477,18		47,72	429,46
2	429,46		47,72	381,74
3	381,74		47,72	334,03
4	334,03		47,72	286,31
5	286,31		47,72	238,59
6	238,59		47,72	190,87
7	190,87		47,72	143,15
8	143,15		47,72	95,44
9	95,44		47,72	47,72
10	47,72		47,72	0,00

Equipos de computación

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		1137,74		3413,33
1	2275,48		758,49	1516,99
2	1516,99		758,49	758,49
3	758,49		758,49	0,00

FICHA RESUMEN.

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACION EN EL CANTON YANTZAZA, PROCINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

RESUMEN

Con la realización del presente estudio, se pudo establecer que en la ciudad de Yantzaza existe una gran demanda de carne vegetal la misma que no está satisfecha en su totalidad, razón por la que se procedió a realizar un **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PROBLEMÁTICA.**

El objetivo de proyecto es ofrecer a la ciudadanía Yantzacense una empresa de carne vegetal fresca de exquisito sabor y con una presentación acorde a las necesidades del cliente. La idea nace de la demanda insatisfecha del cantón

Yantzaza, previo a un estudio y análisis del mercado. El mismo que se desarrolló de acuerdo a las necesidades de las familias Yantzacenses.

Con el estudio de mercado se determinó que existe una demanda efectiva de 172.585 libras de carne vegetal, con una oferta de 35.112 y Cuenta con una demanda insatisfecha de 137.473 libras de carne vegetal por año.

Con el estudio técnico, se analizó el tamaño y localización de la empresa, la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación dentro del cantón, con el análisis y ponderación se determinó que el Barrió La Delicia en las calles Adelaida Marcillo y Machinatza esquina, del cantón Yantzaza, presta las mejores condiciones, siendo un lugar estratégico, para generar ingresos económicos ya que la afluencia de personas en este sector, es concurrida y de fácil acceso.

El Estudio Administrativo de la Empresa permitió determinar su estructura orgánica, funcional, una base legal y organizacional permite determinar funciones y responsabilidades de cada uno de los elementos que la conforman.

Se concluye con un análisis financiero, un cálculo de los recursos necesarios y fuentes de financiamiento necesarias que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa, determinándose una inversión total que es de

31.621,44 dólares, la misma que se ejecutará bajo dos modalidades una inversión propia de 15.621,44 dólares correspondientes al 49,40%, y una inversión ajena financiada por la corporación financiera nacional de 16.000,00 correspondientes al 50,60%, se espera que la empresa tenga un ingreso promedio para el primer año 202.477,84 dólares, cifras que están respaldadas en los respectivos presupuestos.

Según los indicadores financieros se demuestra la viabilidad del proyecto teniendo como: Valor Actual Neto (VAN) de 154.755,66 dólares Tasa Interna de Retorno (TIR) 93,10% Relación Beneficio Costo (B/C) 1,24% Periodo de Recuperación de Capital (PRC) 1 años 0 meses con 18 días, que demuestran que el proyecto es factible de realizarse por lo tanto es conveniente su ejecución sensibilidad del 15,65% con incremento en los costos y con un decremento del 12,50% en los ingresos lo que demuestra que no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad, por lo que se recomienda su ejecución.

Finalmente se exponen las respectivas conclusiones y recomendaciones a que se ha llegado, las mismas que se dejan planteadas con la debida sustentación que ello amerita, esperando sirva dicha investigación como fuente de investigación para otros proyectos

PROBLEMÁTICA

De acuerdo con las ideas clásicas sobre el desarrollo, siempre se sostuvo que la riqueza en recursos naturales era una condición clave para permitir alcanzar mejores niveles de vida.

En América Latina, muchos repetían que la abundancia en minerales, suelos fértiles, agua dulce, y otros recursos, bastaba para asegurar el camino a la prosperidad y el bienestar. Sin embargo, los países del continente, y entre ellos Ecuador, siguen sufriendo serios problemas sociales; persiste la pobreza y la desigualdad, es evidente.

Es como si esa riqueza se escurriera entre nuestras manos para perderse más allá de las fronteras, alimentando los ríos del comercio internacional, pero sin desencadenar un salto cualitativo en el desarrollo nacional.

Ese tipo de contrastes ha sido catalogado por distintos analistas como una “maldición de la abundancia”. Esa riqueza parecería que no aseguraba el desarrollo, sino que por el contrario, terminaba cristalizando la pobreza (economista Alberto Acosta).

La globalización es el traspaso de fronteras, la conquista de nuevos mercados pero al no estar en las mismas condiciones para competir nos hace mayormente dependientes, más aun cuando la riqueza se encuentra vinculada a un reducido grupo de poder.

Actualmente estamos atravesando una crisis global, donde los mercados se encuentran en riesgo, existiendo una serie de obstáculos para acceder a créditos para emprender en nuevos negocios lo que ha provocado aumento en el desempleo, situación que ha obligado a buscar nuevas oportunidades de emprendimiento para mejorar los ingresos de sus habitantes mediante la creación de microempresas.

La carne vegetal, es una proteína vegetal de alta calidad, se obtiene mediante un proceso de extrusión de la harina desgrasada de soya o trigo. Partiendo de poroto de soya o los granos de trigo, se extraer de éste el aceite de y se obtiene el harina desgrasada, la alimentación es un proceso complejo que involucra aspectos de carácter biológico y psicológico, un adecuado consumo de alimentos permite mantener una vida sana y saludable, ya que este producto previene de algunas enfermedades como la descalcificación de los huesos gracias al alto contenido de calcio y fosforo, los ácidos grasos que contiene evita enfermedades del corazón.

En vista de esta realidad y con el ánimo de impulsas el desarrollo del país se pretende implantar una empresa productora de carne vegetal y su comercialización en el cantón Yantzaza.

Por todo lo expuesto anteriormente se ha considerado que la problemática para la realización del presente trabajo investigativo es:

“LA FALTA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CARNE VEGETAL EMPACADA AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE” La misma que a más de generar rentabilidad, brinde fuentes de trabajo ofreciendo un mejor nivel de vida a sus habitantes.

JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

La presente investigación se justifica académicamente a través de la investigación y vincular los conocimientos teóricos y prácticos con la comunidad. Dando cumplimiento a un requisito fundamental para optar por mi

profesionalización con el título de Ingeniera Comercial, y que además será un importante aporte para aquellas personas que quieran formar empresa siendo este documento una fuente de consulta para futuros inversionistas.

Justificación Socioeconómica

En la actualidad cada vez es más difícil encontrar fuentes de trabajo en nuestro medio sobre todo que le brinden seguridad y estabilidad laboral, a más si consideramos la tendencia actual al abandono del campo para migrar a otras ciudades o al exterior, con la realización de éste proyecto se pretende garantizar un mejor estilo de vida a la sociedad mediante la generación de nuevas empresa que garantice un producto de alta calidad que satisfagan los gustos y preferencias de la comunidad.

Con la creación de la empresa de producción y comercialización de carne vegetal, en el cantón Yantzaza, se generara nuevas fuentes de trabajo lo que permitirá un mejoramiento del cantón, así mismo contribuir con el cumplimiento y obligaciones con el estado mediante el pago de los tributos.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa productora de carne vegetal y su comercialización en el cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos Específicos:

- Diseñar el estudio de mercado; que permita identificar el segmento de la población al cual se va a dirigir el producto, para conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha, que tiene la carne vegetal en el cantón Yantzaza.
- Realizar un estudio técnico; que permita determinar el lugar idóneo donde se ubicaría la empresa, sus requerimientos, costos de materia prima e insumos necesarios para producir la carne vegetal.
- Elaborar un estudio administrativo donde se establezcan: las normas legales de constitución y operación de la empresa, la estructura administrativa, procedimientos, funciones y políticas que faciliten su administración.
- Realizar el estudio financiero que me permita obtener la inversión y presupuestos del proyecto

- Establecer un estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto, mediante indicadores como: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, SENC que permita evaluar su viabilidad económica.

METODOLOGÍA

En el desarrollo de la presente investigación, se aplicó la siguiente metodología basados en Materiales, Métodos y Técnicas, que permitieron el desarrollo planificado y sobre todo el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Materiales

Entre los materiales que se utilizó en el desarrollo de la presente investigación fueron:

- Internet
- Impresiones a color
- Copias
- Suministros y materiales
- Esferográficos
- Cuaderno
- Carpetas

Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la siguiente metodología:

Método Deductivo

Este método fue aplicado en el desarrollo de la investigación, ya que se partió de lo particular para llegar a lo general y de lo general para llegar a lo particular permitiendo determinar 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 Inductivo

Este método se aplicó en la consecución y desarrollo de la presente investigación la que permitió determinar si es o no factible la producción y comercialización de la carne vegetal.

Método Analítico

Este método permitió obtener una visión más clara del entorno empresarial actual, en lo referente a la producción decarne vegetal; y así mostrar, describir e

interpretar los datos obtenidos en la investigación, determinando las diferentes causas de los hechos que serán aplicados en la empresa

Método Estadístico

Este método se lo aplicó en la tabulación de las encuestas que fueron aplicadas en el desarrollo de la presente investigación de campo.

Método Descriptivo

Este método fue utilizado en la descripción de las principales dificultades que enfrentan las empresas para poder adquirir tecnología de punta.

Técnicas

Son específicas por lo que se debe saber en cuáles y en qué momento se aplica cada una de ellas.

Observación Directa

Técnica que permitió poder determinar la realidad del entorno objeto de estudio, destacando las características para identificar las ventajas y desventajas frente

al mercado, la observación fue orientada hacia los espacios físicos donde funcionara la empresa y donde los resultados del estudio lo determinaron.

Encuestas

Se aplicó dos clases de encuestas una a los oferentes con una muestra de 372 encuestas y para la determinación de la oferta se tomo la información del sistema de rentas internas SRI del cantón Yantzaza en el que se encuentran se encuentran registrados 50 locales en calidad de supermercados y centros comerciales:

ÍNDICE

Portada	i
Certificación	ii
Carta de autorización de tesis	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
a. Título	1
b. Resumen	2
Abstract	5
c. Introducción	8
d. Revisión de Literatura	12
e. Materiales y Métodos	56
f. Resultados	63
g. Discusión	81
h. Conclusiones	209
i. Recomendaciones	212
j. Bibliografía	213
k. Anexos	215
Índice	241