UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO"

Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial.

AUTOR:

Tito José Romero Armijos

DIRECTOR:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

LOJA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Dr. MAE.
Luis Quizhpe Salinas
DIRECTOR DE TESIS.

C E R T I F I C A:

Que ha revisado minuciosamente cada una de las partes de la presente tesis con el título: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO",** cuyo autor es: Tito José Romero Armijos, el mismo que cumple con los requisitos exigidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo que me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Septiembre de 2014

.....

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Yo Tito José Romero Armijos declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTOR: Tito José Romero Armijos

FIRMA: .....

CÉDULA: 0702484171

FECHA: Loja, Septiembre de 2014

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

Yo, Tito José Romero Armijos declaro ser autor de la tesis titulado: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO"** como requisito para optar por el grado de: Ingeniero 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 Bibliotecario:

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 los 09 días del mes de Septiembre del dos mil catorce, firma el autor.

Firma: _____
Autor: Tito José Romero Armijos
Cédula: 0702484171
Dirección: Cantón Balsas
Correo Electrónico: *romerotito14@gmail.com*
Celular: 0968513815

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: **Dr.** Mg. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Tribunal de Grado:

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.	Presidente
Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.	Vocal
Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.	Vocal

DEDICATORIA

Dedico el presente primeramente a Dios por darme la oportunidad de vivir y la salud, por acompañarme cada día en cada paso que doy, para lograr mis objetivos. Por fortalecer e iluminar mi mente en mis estudios durante mi carrera universitaria.

A mis Padres y Hermanos con mucho amor por su gran apoyo incondicional que me han dado en el estudio, etc. Al personal Docente que impartieron sus conocimientos y compañeros de clases durante cinco años de estudio en la carrera de Administración de Empresas.

Tito Romero

AGRADECIMIENTO

Con mucho amor a la U.N.L, por haberme dado la oportunidad de recibir las más gratas enseñanzas que nunca olvidare y agradezco por siempre, por permitirme ser un profesional.

A mi Director de tesis, Dr. Luis Quizhpe por su apoyo y capacidad para revisar y guiarme en este trabajo, siendo un gran aporte, para la culminación del presente; además a mis Docentes que aportaron con sus conocimientos durante mi carrera profesional.

A mis Padres que han dado todo el esfuerzo y siempre han estado junto a mí, gracias a ellos, a mis Hermanos que me apoyaron y mi esfuerzo, esté culminando esta etapa de mi vida.

Tito Romero

a) TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO"

b) RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es el “Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de Nuggets de pollo empacado al vacío y su comercialización en la provincia de El Oro”, la cual permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo el cual trata del Método Inductivo el cual parte de lo particular para llegar a lo general, el Método Estadístico el cual consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

En el estudio de mercado realizado en la provincia de El Oro, con una muestra de 399 familias y 368 comercializadoras de Nuggets de Pollo; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 160.295 familias, la Demanda Real 57.706 familias, Demanda Efectiva 471.435 libras de Nuggets de Pollo, La Oferta de 324.706 libras de Nuggets de Pollo y la Demanda Insatisfecha de 146.729 libras de Nuggets de Pollo, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en

capacidad de producir 111.800 libras de Nuggets de Pollo y cuya capacidad utilizada será de 67.080 libras de Nuggets de Pollo, de los cuales se producirá el 60% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 67.080 libras de Nuggets de Pollo, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Machala, en las calles Av. 9 de Mayo y Rocafuerte. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

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

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

El proyecto alcanza una inversión de 32.201,32 dólares y se financiará con un aporte de los socios el 52,42% del total de la inversión que corresponde a 17.201,32 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco

de Machala constituirá el 46,58% que corresponde a 15.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 95.050,86 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 74,79%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 4 mes y 19 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 32,27% y disminuidos en un 22,14%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Posteriormente se plantea las conclusiones y recomendaciones más significativas del proyecto.

ABSTRACT

The objective of this research is the "Determine the feasibility of creating a producer of Chicken Nuggets vacuum packaging and marketing in the province of El Oro," which allowed the application of different methods and techniques that research allows, as the deductive method which is the inductive method which the particular part to reach usually the Statistical Method which consists of a set of procedures for managing qualitative and quantitative research data.

The use of these methods allowed to reach the culmination of this work and that to do had to follow the steps of understanding and application of the same show.

In the market study in the province of El Oro, with a sample of 399 households and 368 traders of Chicken Nuggets; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred and then perform market analysis, determining the potential demand of 160,295 households, 57,706 families Demand Real, Effective Demand 471,435 pounds of Chicken Nuggets, The Offer of 324,706 pounds of Nuggets Chicken and unmet demand for 146,729 pounds of chicken nuggets, which allowed us to determine that the project can and should be performed by the results obtained in the analysis of demand, supply and levels of marketing this product.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 111,800 pounds of chicken nuggets and whose capacity

utilization will be 67,080 pounds of chicken nuggets, of which 60% of capacity used to produce the first year that up to 67,080 pounds of chicken nuggets, plus the location of the same to be located in the city of Machala, street 9 de Mayo and Rocafuerte is determined. The production process requires the use of suitable equipment, which will be guaranteed to get a quality product at reasonable prices.

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

Also an administrative study determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure to the hierarchical levels both Legislative, Executive, Consultant Level Support Assistant, Level Operational Level and the operating manuals, charts was performed; which served as a guideline for implementing a good organization, because it will have the following staff: Manager, a Secretariat Contadora a Concierge-Keeper, who will be part of the Administrative staff and operational staff distributed as follows: a Chief production, Sales Manager, Two Workers, and a seller.

The project reaches an investment of $ 32,201.32 and will be funded with contributions from partners the 52.42% of total investment corresponding to $ 17,201.32 and a loan to keep the project with the Bank constitute the Machala corresponding to 46.58% $ 15,000 10-year term at 15% annual interest.

The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of $ 95,050.86, indicating that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 74.79% and this value satisfactory to carry out the project, the time required to recover the initial investment would be 1 year, 4 months and 19 days to this project, the sensitivity values are less than one, therefore not affect changes in project costs and revenues increased 32.27% and decreased by 22.14%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

Then the most significant findings and recommendations of the project arises.

c) INTRODUCCIÓN

La economía es muy importante para el desarrollo de todas las sociedades, en el caso de nuestro país, los últimos años ha tenido un reducido crecimiento empresarial, a través de su historia en lo que respecta a la producción ha existido una paralización debido a la falta de gestión empresarial, así como también del resultado de diferentes problemas como la vulnerabilidad política, inestabilidad económica.

Lograr un desarrollo empresarial, plantea un dilema complejo en donde la meta de alcanzar altos rendimientos empresariales, contrasta con la necesidad de reducir el deterioro ambiental generado en el proceso productivo.

La Industria mantiene una evidente dependencia del mercado externo en cuanto al suministro de materias primas y tecnología. La organización jurídica empresarial sigue siendo en su mayoría primaria o individual.

La provincia de El Oro ha seguido en un eje de evolución pese a que posee una ubicación distante de los tradicionales polos de desarrollo, por lo que esta provincia no representa competencia alguna para las provincias más desarrolladas como Pichincha, Guayas y Azuay; dando paso a que sea netamente consumista, las pocas empresas existentes están enfocadas al Camarón y el Banano; además, la falta de conocimientos en la creación de empresas, sustento tanto teórico como práctico en administración de empresas, sumado a eso a la falta de apoyo gubernamental, poca inversión

de capitales, no aprovechamiento de la materia prima que es llevada a otras provincia en vías de desarrollo.

Es por lo anteriormente mencionado, y ante el creciente número de coterráneos que abandonan el país en búsqueda de mejores oportunidades, víctimas como todos de una estructura de poder que favorece y encubre a pocos grupos, por ello es atractiva la idea de poner una empresa productora de Nuggets de Pollo, que permita aprovechar la materia prima existente en la provincia como es el pollo, que se produce en gran cantidad en los cantones de Balsas, Marcabelí y Piñas y la gran cantidad de mercado existente en toda la provincia de El Oro.

Se realiza un Estudio de Mercado en la cual se plantea el análisis de la Demanda y Oferta del producto, con ello se determina una Demanda Insatisfecha de Nuggets de pollo, posteriormente se realiza el análisis de las cuatro Ps., como es el Producto, Precio, Plaza y Promoción.

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

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

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

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

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

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

POLLO

“Son aves naturalmente gregarias, que han perdido gran parte de la facultad del vuelo debido a la selección artificial del ser humano. El gallo rojo salvaje vuela bien, hacia un lugar más elevado para ponerse a salvo o para huir de posibles depredadores, aunque también se le puede ver volando a ramas altas de árboles para descansar. Si bien los ejemplares domésticos casi nunca hacen uso de su facultad de vuelo, las gallinas domésticas criadas en semi-libertad vuelan a sitios elevados para pasar la noche. Los gallos domésticos pueden llegar a ser territoriales y violentos en algunas razas, aunque usualmente son buenos animales de compañía, fáciles de domesticar mediante alimentación a mano.

Poseen un sistema social característico con un orden jerárquico que comienza a desarrollarse a la semana de vida, y que a las siete semanas ya está completamente establecido. Hay un macho dominante, que domina sobre todos los demás, y un macho sometido a todos. Las gallinas tienen un orden jerárquico independiente y no entran en la dominancia de los machos.

La acción física de dominancia consiste en la elevación de la cola y la cabeza. La sumisión se muestra de forma opuesta, bajando la cabeza y la cola, agachándose e inclinando la cabeza hacia un lado. Las gallinas se sienten a salvo bajo la dominancia de un gallo, y solo se defenderán por la

fuerza si se encuentran alejadas del gallo dominante. Si muere el gallo dominante, el siguiente en el orden jerárquico toma el cargo inmediatamente.

En la cría extensiva estos animales tienen hábitos caníbales, si ven el color rojo debido a una lastimadura en otra gallina las demás no dejan de picotearla, causándole graves daños.”[1]

EL POLLO COMO COMIDA

La carne de pollo es de las más comidas en todo el mundo y esto se debe a su bajo costo.

El pollo también es muy utilizado en los restaurantes de comida rápida.

Cabe destacar que adquiere un gran valor nutricional debido a que se digiere más fácilmente que las carnes rojas. Sin embargo es muy rico en purinas (como todos los productos cárnicos), por lo cual se debe evitar en caso de gota o ácido úrico elevado.

También se suele consumir la carne de gallina. Sin embargo hay que acotar que esta carne es más dura y toma más tiempo para cocerse que la del pollo.

NUGGETS DE POLLO

Definición

Un nugget de pollo (en inglés *nugget* significa ‘pepita’) es un alimento compuesto total o parcialmente de una pasta de pollo finamente picada y a veces con piel de pollo añadida, que se recubre de rebozado o pan rallado

[1] granjasdeesclavos.com/gallinas/como-so

antes de cocinarlo. Los restaurantes de comida rápida suelen servir los *nuggets* fritos en aceite, si bien también pueden hornearse.

El *nugget* de pollo fue inventado en la década de 1950 por Robert C. Baker, un profesor de tecnología de los alimentos en la Universidad Cornell, que lo publicó como trabajo académico sin patente.[1] Las innovaciones de Baker permitieron elaborar *nuggets* de pollo de cualquier forma. La receta de McDonald´s para los Chcken McNuggets fue creada por encargo por Tyson Foods en 1979 y el producto empezó a comercializarse al año siguiente. Un sentencia en 2003 en una demanda contra McDonald's por parte de un grupo de adolescentes obesos catalogó los 38 ingredientes del Chicken McNugget.[2]

[2] La cadena industrial desde le maíz hasta los McNuggets de McDonald's fue detallada por Michael Pollan en varios capítulos de *Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals* (2006), pp. 109-119.

MARCO CONCEPTUAL

Empresa

Desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación.

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva, anónima o de responsabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y gubernamental. En cuanto a los objetivos de la explotación, la actividad de la empresa puede corresponder a los más variados ramos, por ejemplo, la industria del calzado, el negocio del seguro o la actividad bancario, etc."[3]

FINALIDAD DE LAS EMPRESAS

- "Finalidad económica externa, que es la producción de bienes o servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.

- Finalidad económica interna, que es la obtención de un valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa. A unos en forma de utilidades o dividendos y a otros en forma de sueldos, salarios y prestaciones. Esta finalidad incluye la de abrir oportunidades de inversión para inversionistas y de empleo para trabajadores.Se ha discutido mucho

[3] SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos p .p 130 y 131

si una de estas dos finalidades está por encima de la otra. Ambas son fundamentales, están estrechamente vinculadas y se debe tratar de alcanzarlas simultáneamente. La empresa está para servir a los hombres de afuera (la sociedad) y a los hombres de adentro (sus integrantes).

- Finalidad social externa, que es contribuir al pleno desarrollo de la sociedad, tratando que en su desempeño económico no solamente no se vulneren los valores sociales y personales fundamentales, sino que en lo posible se promuevan.

- Finalidad social interna, que es contribuir, en el seno de la empresa, al pleno desarrollo de sus integrantes, tratando de no vulnerar valores humanos fundamentales, sino también promoviéndolos.

La empresa, además de ser una célula económica, es una célula social. Está formada por personas y para personas. Está insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena a ella. La sociedad le proporciona la paz y el orden garantizados por la ley y el poder público; la fuerza de trabajo y el mercado de consumidores; la educación de sus obreros, técnicos y directivos; los medios de comunicación y la llamada infraestructura económica. La empresa recibe mucho de la sociedad y existe entre ambas una interdependencia inevitable. Por eso no puede decirse que las finalidades económicas de la empresa estén por encima de sus finalidades sociales. Ambas están también indisolublemente ligadas entre sí y se debe tratar de alcanzar unas, sin detrimento o aplazamiento de las otras.

Esto es lo que conocemos como responsabilidad social empresarial, el rol que la empresa tiene para con la sociedad que va más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios, sino que también implica el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad. En el Portal de RSC de Chile podemos encontrar una enumeración de los beneficios concretos y tangibles que significa para la empresa:

- Un incremento de la productividad, ya que el trabajador está a gusto en la empresa y se le capacita para que lo haga cada vez mejor;
- Mejoramiento de las relaciones con los trabajadores, el gobierno y con las comunidades a nivel regional y nacional;
- Un mejor manejo en situaciones de riesgo o de crisis, ya que se cuenta con el apoyo social necesario;
- Sustentabilidad en el tiempo para la empresa y para la sociedad, dado que RS fortalece el compromiso de los trabajadores, mejora su imagen corporativa y la reputación de la empresa, entre otros.
- Imagen corporativa y reputación: frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. También importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa.

- Rentabilidad de sus negocios o rendimiento financiero: se refiere a la relación entre prácticas de negocio socialmente responsables y la actuación financiera positiva. Se ha demostrado que las empresas fieles a sus códigos de ética resultan de un rendimiento de dos a tres veces superior respecto a aquellas que no los consideran, de esta forma las compañías con prácticas socialmente tipos de empresas según sus ámbitos y su producción."[4]

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

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

"Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias".[5]

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

---

[4] Adam Smith: An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. book IV, cap IX, p 396

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

Es un instrumento de decisión que determina que si el proyecto se muestra rentable debe implementarse pero que si no resulta rentable debe abandonarse. Nuestra opción es de qué se debe tomar como una posibilidad de proporcionar más información a quien debe decidir.

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

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

Múltiples factores influyen en el éxito o fracaso de un proyecto; en general podemos señalar que si el bien o servicio producido es rechazado por la

comunidad, esto significa que la asignación de recursos adoleció de efectos de diagnóstico o de análisis, que lo hicieron inadecuado para las expectativas de satisfacción de las necesidades del conglomerado humano.

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

La toma de decisiones asociadas a un proyecto.- No existe una concepción rígida definida en términos de establecer mecanismos precisos en la toma de decisiones asociadas a un proyecto. No obstante, resulta obvio señalar que la adopción de decisiones exige disponer de un sinnúmero de antecedentes que permitan que ésta se efectué inteligentemente. Para ello se requiere la aplicación de técnicas asociadas a la idea que da origen a un proyecto y lo conceptualicen mediante un raciocinio lógico que implique considerar toda la gama de factores que participan en el proceso de concreción y puesta en marcha de éste. Lo fundamental en la toma de decisiones es que se encuentre cimentada en antecedentes básicos concretos que hagan que las decisiones se adopten concienzudamente y con el más pleno conocimiento de las distintas variables que entran en juego, una vez valoradas permitirán adoptar las mejores decisiones posibles.
La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resultan del estudio del proyecto, y dan origen

a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación.

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

La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que una determinada inversión pueda tener para la comunidad de un país en su conjunto.[6]

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

ESTUDIO DEL MERCADO

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

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

“El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado".[7]

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

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

oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.[8]

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

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

Con el análisis del resultado del sector económico en el que se pretende entrar, se debe conocer: La estructura actual y perspectivas de crecimiento del sector; tendencias socioeconómicas, culturales o políticas que tienen incidencia en el sector; estabilidad económica del país y ciudad, ¿hay inversiones?, ¿está creciendo el sector?; existen barreras para el ingreso de empresas en el sector; se hallan los suficientes clientes y proveedores de modo que hagan atractivo al sector; se motiva la inversión, etc.

Existen principales funciones dentro de la empresa y son:

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

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

ANÁLISIS DE LA DEMANDA “La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".[9]

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".[10]

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

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

Posibilidades de consumo

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

A la relación inversa existente entre el precio un bien y la cantidad de demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la

---

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

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

cantidad demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio, de le suele denominar en economía la **Ley de la demanda.**

ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Define la oferta como la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".[11]

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

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo el mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar.
- Las características de los bienes o servicios suministrados por la competencia y el precio de venta prevaleciente.
- El estudio debe contener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende.
- Es conveniente realizar un cuadro comparativo entre los distintos tipos de ofertantes con sus diversos bienes o servicios, compara sus

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

precios y la calidad ofrecidos, de preferencia investigar a cerca de los potenciales de producción, o sea saber si pueden ofrecer en mayores volúmenes y hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar.

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

Mientras la tabla de demanda muestra el comportamiento de los consumidores, la tabla de oferta señala el comportamiento de los productores.[12]

EL ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un

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

producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

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

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.[13]

TAMAÑO DEL PROYECTO

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

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.[14]

---

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

[14] MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

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

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

Macrolocalización.- También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

Microlocalización.- Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

INGENIERIA DE PROYECTOS

FACTORES DETERMINANTES

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

- Las ventas

- Capital

- Número de trabajadores, etc.

TECNOLOGÍA

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc.; en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc.[15]

[15] MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977

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

INFRAESTRUCTURA

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.[16]

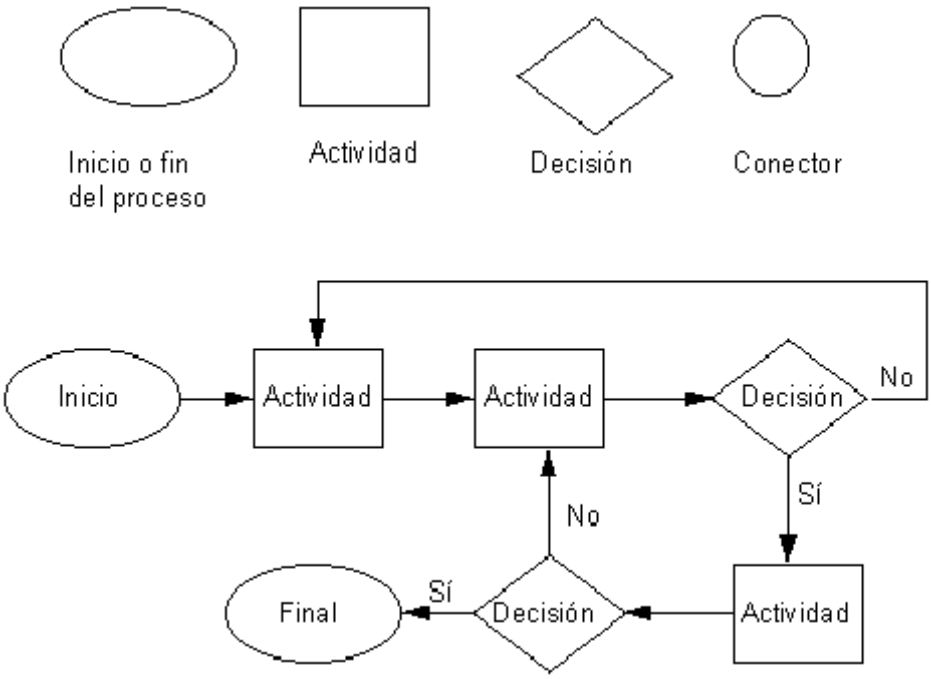
FLUJOGRAMA

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

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito,

[16] MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977

puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc."[17]



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

"La estructura organizacional es clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control".[18]

---

[17] MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977
[18] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994

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

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

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

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

Es la gráfica estadística, esto es, corresponde a la radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica. También son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional.[19]

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

Cadena de mando

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

Distribución de la autoridad

Implica la determinación de como una estructura distribuye autoridad a través de un organización. Por ejemplo 1) Los subordinados están implicados en la toma de decisiones? 2) La toma de decisiones está exclusivamente reservada para unas pocas figuras de autoridad en cada departamento?

Estructura de línea vs. Estructura de staff

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

Departamentalización

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

Control

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

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Desde que se inició y se conoció la administración se sabía que era una forma de administrar recursos financieros para así generar utilidades y que se mantenga en el mercado determinada empresa. Pero a través del tiempo se ha ido evolucionado la administración con diferentes conceptos a través de ella misma.

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

Y a través de esta forma de administrar determinando la estructura administrativa e una empresa se puede ver el desarrollo organizacional que puede tener determinada empresa.[20]

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

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

casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

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

"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".

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.[21]

Eficacia y eficiencia en la estructura administrativa

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de

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

los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

Lo formal y lo informal en la estructura organizacional

La estructura organizacional presenta dos aspectos:

Lo formal. Se puede identificar con los elementos visibles, susceptibles de ser representados, modelados con el uso de diversas técnicas, que se verán más adelante, como organigramas, manuales, procedimientos, documentación de sistemas , etc.[22]

Lo informal. Se puede identificar con lo que no se ve, lo no escrito, lo que no está representado en los modelos formales; entran aquí las relaciones de poder, los intereses grupales, las alianzas interpersonales, las imágenes, el lenguaje, los símbolos, la historia, las ceremonias, los mitos y todos los atributos conectados con la cultura de la organización, que generalmente más importa para entender la vida organizacional.

Elementos de la estructura administrativa

Los elementos de la estructura administrativa consisten en la especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán ordenados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su

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

especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización.

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

- **Adaptación mutua, o comunicación informal:** Se logra a través del conocimiento de lo que cada uno debe hacer dentro de una lógica de decisiones programadas.
- **Supervisión directa:** surge como consecuencia directa de la autoridad que establecerá y controlará qué, quién, cómo, cuándo y dónde debe hacerse algo.
- **Formalización o normalización:** consiste en estandarizar actividades o atributos respecto de un proceso, producto o resultado. Se plasma a través de instrumentos como los manuales, los circuitos administrativos, etc.
- **Determinación del sistema de autoridad:** A través de éste se consolidarán: Los niveles jerárquicos, los procesos de toma de decisiones, las asignaciones de atribuciones (misiones y funciones) y los alcances de las responsabilidades.

Las organizaciones poseen diferentes estructuras entre sí, y una misma puede ir cambiando, conforme evoluciona su número de integrantes, la especialización, el grado de concentración de la autoridad, etc. Por lo tanto,

esta puede ser modificada toda vez que las necesidades de la institución así lo requieran; debiendo guiarse por una lógica que permita el logro de la eficacia y eficiencia organizacional.

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

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

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

En general, cuanto más grande es la organización, mayor es el número de subdivisiones en cada renglón de su estructura. Existen tres aspectos

fundamentales en la estructura: Cantidad de niveles jerárquicos, normas o reglas para acotar las tareas y centralización (o descentralización) de la toma de decisiones.

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

Departamentalización

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

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

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

La especialización ocupacional que mantiene por funciones y por tanto una mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos, es otra ventaja de la departamentalización funcional. Otras ventajas son la facilidad de entrenamiento del nuevo personal, y de un estricto control puesto que la responsabilidad por el rendimiento económico de la empresa, se halla localizada totalmente al más alto nivel.[23]

Coordinación

Tiene como fin lograr que los diferentes departamentos funcionen como una unidad. Es el resultado de la necesidad que tienen las organizaciones de integrar diversas funciones. La misma deberá conciliarse con la necesidad de la especialización. La falta de coordinación provoca conflictos, pérdida de control y una responsabilidad diluida por la separación entre autoridad y competencia y rechazo de la responsabilidad.

---

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

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

Delegación: autoridad y responsabilidad

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

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

Por ello, quien delega autoridad conserva la responsabilidad última, lo que significa que un administrador sigue siendo responsable, ante su superior, en última instancia, por las acciones de sus subordinados a quienes se les ha delegado autoridad y transferido la responsabilidad operativa.

Descentralización

Descentralizar es **"desconcentrar el poder de toma de decisiones".** La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede

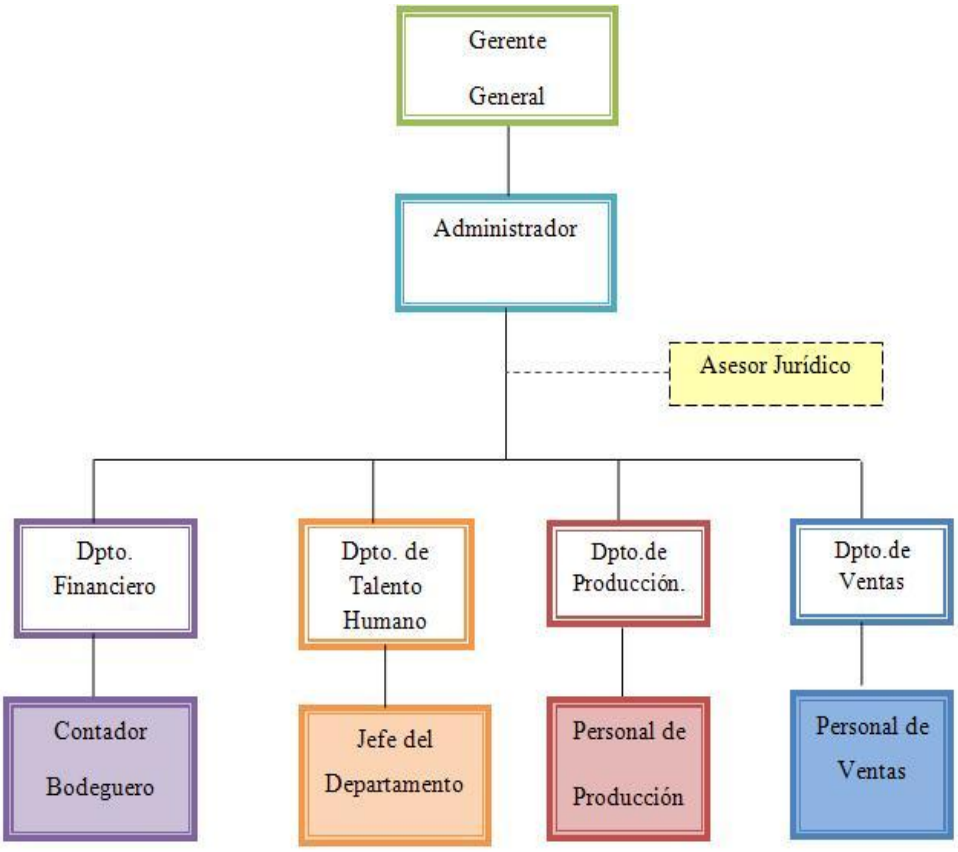
ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones.

Organigrama

El organigrama es un "**modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización**" [24] . Muestra las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc.

Parámetros a respetar en el diseño de organigramas: claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas.

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



EL ESTUDIO FINANCIERO

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

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

considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión. [25]

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.[26]

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

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

PLAN DE INVERSIONES DE UN PROYECTO

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

---

[25] ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España

[26] ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España

- Las inversiones fijas.- constituyen lo que más tarde serán los activos fijos de la empresa y corresponden a los bienes que la empresa adquiere con el ánimo de destinarlos a su explotación.
- Capital de trabajo o de operación.- es uno de los aspectos más importantes de un proyecto pero lamentablemente la mayor parte de las veces se lo descuida y en general existe una tendencia a subestimar el monto requerido e ignorar aspectos básicos.

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

"El Plan de Inversión comprende la inversión en equipos: Equipo Transmisor, Sistema Radiante, Equipo de Producción, Infraestructura: Comprende la inversión en terrenos, caminos de acceso, torres, instalaciones electromecánicas, edificios, casetas, etc equipos de oficina, computadoras, vehículos, etc., incluyendo repuestos y accesorios, fletes internos, derechos de introducción y gastos de instalación".[27]

COSTOS E INGRESOS

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

---

[27] ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España

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

ANÁLISIS DE COSTOS

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

El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización".[28]

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.- "Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción".[29]

COSTOS VARIABLES.- "Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos

---

[28] SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975
[29] BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981

decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos".[30]

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

"El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa".[31]

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

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

Los elementos del flujo de caja son cuatro:

a.- Los egresos iniciales de fondo

b.- Los ingresos y egresos de operación

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

d.- El valor de desecho y salvamento del proyecto

---

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

[31] GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., **Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

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

"El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio".[32]

BALANCE GENERAL

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de una empresa presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

"Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada"[33].

BALANCE DE SITUACION

"Este estado es un documento estático ya que representa la situación patrimonial de la empresa en un momento dado".[34]

---

[32] GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., **Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991
[33] BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981
[34] BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994

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

EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN

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

EVALUACIÓN ECONÓMICA

"La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado".[35]

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

- **Período de recuperación de la inversión (PRI).-** consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la

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

rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital.

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

- **Análisis beneficio-costo (A B/C)**.- de interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues dada la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

  B/C>1 Se puede realizar el proyecto

  B/C=1 Es indiferente realizar el proyecto

  B/C<1 Se debe rechazar el proyecto

- **Valor actual neto (VAN)**.- consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.
- **Tasa interna de retorno (TIR).-** Se define a la Tasa Interna de Retorno, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. La tasa de descuento es el valor presente neto sea 0; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.
- **Análisis de sensibilidad.-** se trata de medir si le afectan o no a un proyecto.

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

e) MATERIALES Y MÉTODOS

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

MATERIALES.

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

MÉTODOS

La aplicación de métodos se refiere al medio utilizado para llegar a un fin, en la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

MÉTODO INDUCTIVO.- Es un proceso sintético-analítico, que se detalló en conceptos, principios, definiciones de las cuales se analizó o se examinaron casos particulares sobre la base de la afirmaciones generales, en base a

datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron en el proyecto.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Este método permitió en base a afirmaciones de carácter generales hacia afirmaciones particulares, las cuales fueron comparadas con la realidad a través de las conclusiones que se plantearon en la presente investigación lo que ha servido para conocer el requerimiento de Nuggets de Pollo y su comercialización en la provincia de El Oro.

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

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

El método sintético se lo utilizó en la presente cuando utilizamos las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extrajo las leyes generalizadoras de la empresa productora de Nuggets de pollo.

MÉTODO ESTADÍSTICO.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Facilitó la interpretación y compresión de datos estadísticos como: la aplicación y tabulación de la respectiva encuesta, proyecciones, indicadores

financieros (TIR, VAN, PER), y de esta manera permite conocer la realidad sobre la empresa durante los años de vida útil de la misma.

Las técnicas a utilizadas fueron:

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

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

El área de influencia comprende los habitantes de la provincia de El Oro que se la proyecta para el año 2013 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con lo cual se obtiene que la población total de estudio que es de 600.659 habitantes en el año 2010.

Para el cálculo de la población proyectada se parte del hecho de tener el censo del 2010 realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 2.20%:

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

En donde: pf = Población para 2013

po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

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

$$pf = 600.659(1 + 0.022)^3$$

pf = 641.181 población para el año 2013

Esta población se la divide para 4 miembros que conforman la familia, determinando que existen en la provincia de El Oro 160.295 familias.

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

FORMULA:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

$$n = \frac{160.295}{1 + 160.295\,(0.05)^2}$$

e = margen de error

n = 399 encuestas a familias de la provincia de El Oro

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 399, a las familias de la provincia de El Oro.

CUADRO 1
DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Cantones	Población total 2013	Población por familia	Número de encuestas	PORCENTAJE %
Machala	262348	65587	164	41 %
Arenillas	24974	6243,5	16	4 %
Atahualpa	6815	1703,75	4	1 %
Balsas	5704	1426	4	1 %
Chilla	2804	701	2	0 %
El Guabo	52937	13234,25	33	8 %
Huaquillas	52122	13030,5	33	8 %
Marcabelí	5169	1292,25	3	1 %
Pasaje	65823	16455,75	41	10 %
Piñas	37378	9344,5	23	6 %
Portovelo	21548	5387	13	3 %
Santa Rosa	73184	18296	46	11 %
Zaruma	24471	6117,75	15	4 %
Las Lajas	5904	1476	4	1 %
TOTAL	641.181	160.295	400	100 %

Elaboración: El Autor
Fuente: INEC Censo del 2010

Para poder determinar la oferta se realizó una encuesta a los comercializadores de productos de primera necesidad, tales como Bodegas, Supermercados, Comisariatos, puestos en el mercado, que están legalmente

registrados en el S.R.I., que son en un total de 4.610, de lo cual se puede determinar lo siguiente:

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = margen de error

$$n = \frac{4.610}{1 + 4.610 (0.05)^2}$$

n = 368 encuestas a distribuidores

f) RESULTADOS

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

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

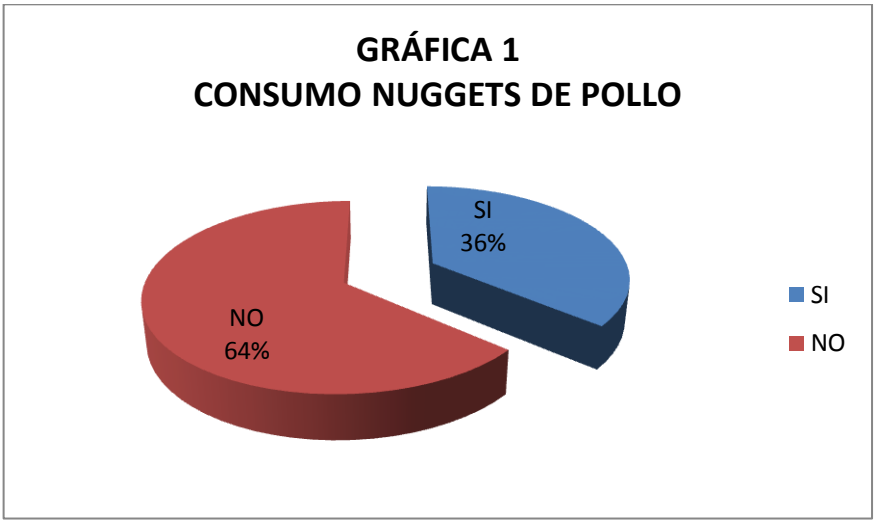
PREGUNTA Nº 1

¿Consume su familia Nuggets de Pollo?

CUADRO 2
CONSUMO NUGGETS DE POLLO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	144	36 %
NO	255	64 %
TOTAL	**399**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la provincia de El Oro existe un 36 % de familias que consumen Nuggets de Pollo, mientras que el 64 % de los encuestados no consumen este producto, debido a diferentes razones como: problemas de salud, dietas, gustos, etc. Por lo cual se puede inferir que existe una gran demanda de este tipo de producto.

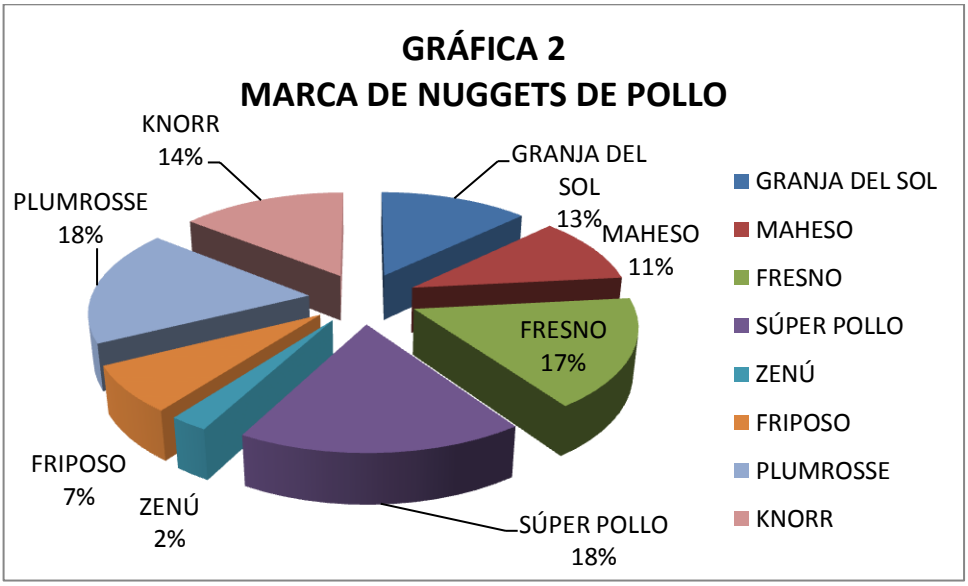
PREGUNTA Nº 2

¿Qué marca de Nuggets de Pollo prefiere?

CUADRO 3
MARCA NUGGETS DE POLLO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
GRANJA DEL SOL	64	13 %
MAHESO	52	10 %
FRESNO	84	17 %
SÚPER POLLO	88	18 %
ZENÚ	12	2 %
FRIPOSO	36	7 %
PLUMROSSE	90	18 %
KNORR	71	14 %

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere a las marcas de preferencia de los encuestados de los Nuggets de Pollo, el 18% prefieren la marca Plumrosse y Súper Pollo, el 17% la marca Fresno, el 14% la marca Knorr, el 13% la marca Granja del Sol, el 11% Maheso, el 7% la marca Friposo; y, un 2% de la marca Zenú.

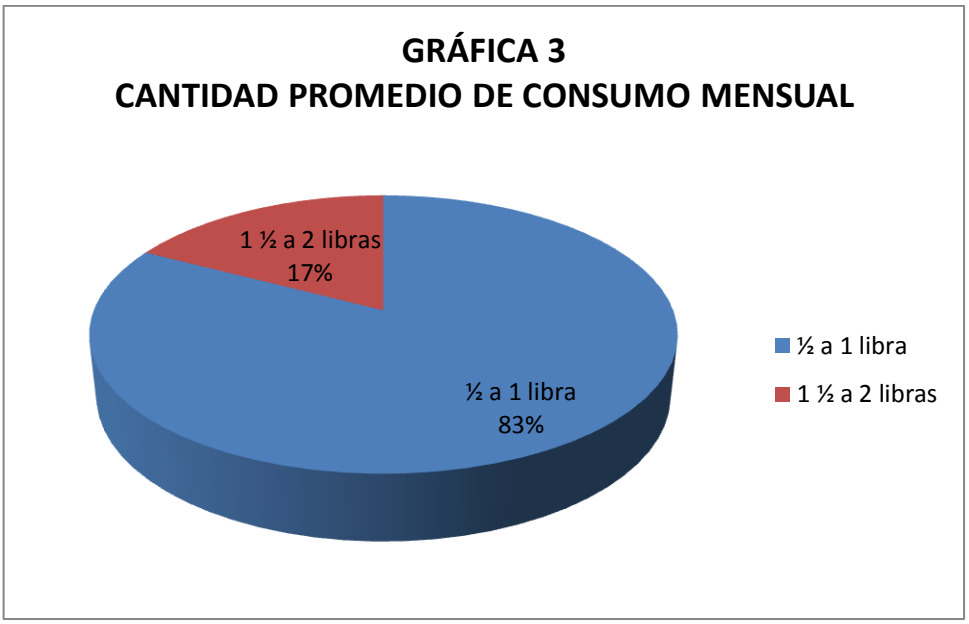
PREGUNTA Nº 3

¿Qué cantidad de Nuggets de Pollo consume mensualmente?

CUADRO 4
CANTIDAD DE CONSUMO MENSUAL

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
½ a 1 libra	119	83 %
1 ½ a 2 libras	25	17 %
TOTAL	**144**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere a la cantidad de consumo mensual el 83% compra entre ½ a 1 libra de Nuggets de Pollo; mientras, que el 17% compra entre 1 ½ a 2 libra de Nuggets de Pollo, esto determina que existe un promedio entre ½ libras a 1 libra de promedio.

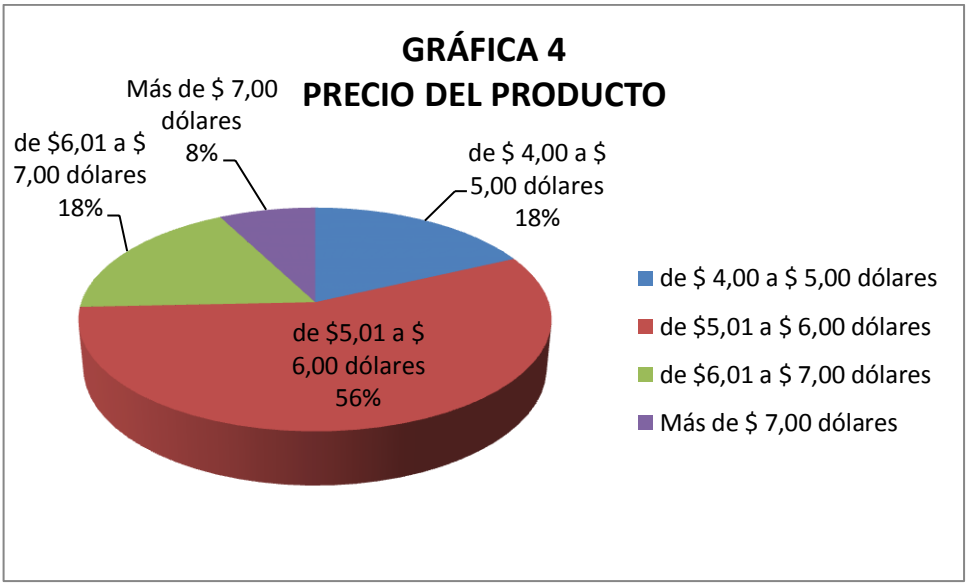
PREGUNTA Nº 4

¿Cuál es el precio que paga por el Nuggets de Pollo?

CUADRO 5
PRECIO DEL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
de $ 4,00 a $ 5,00 dólares	26	18 %
de $5,01 a $ 6,00 dólares	81	56 %
de $6,01 a $ 7,00 dólares	26	18 %
Más de $ 7,00 dólares	11	8 %
TOTAL	**144**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar en la interrogante de los precios que pagan por los Nuggets de Pollo, el 56% pagan entre $5,01 a $6,00 dólares, el 18% entre $4,00 a $5,00 dólares y de $6,01 a $7,00 dólares respectivamente; y, el 8% pagan más de $7,00 dólares, esto permite tener una pauta para determinar el precio de venta al público del nuevo producto a elaborar.

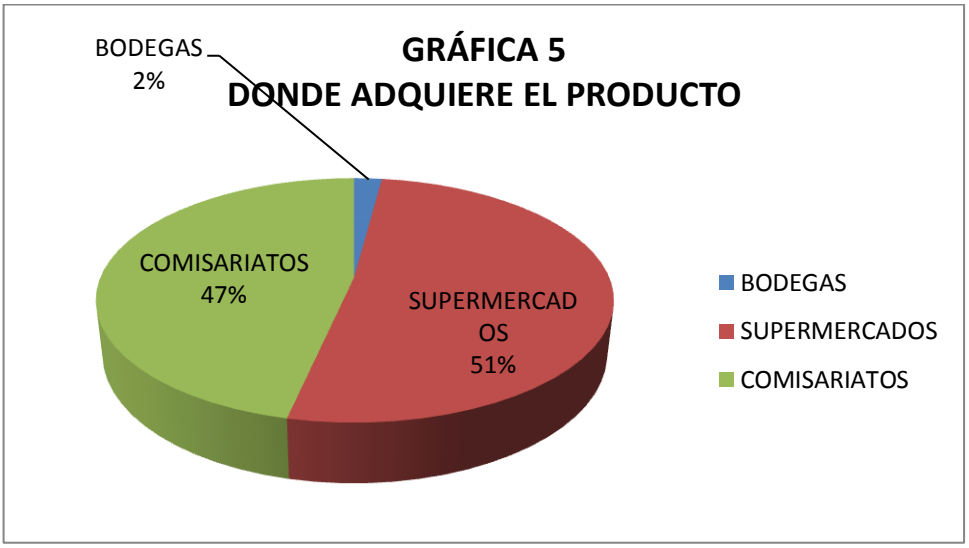
PREGUNTA Nº 5

¿En qué lugares adquiere este producto?

CUADRO 6
DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BODEGAS	3	2 %
SUPERMERCADOS	74	51 %
COMISARIATOS	67	47 %
TOTAL	**144**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar en la interrogante de los establecimientos de compra del producto en mención, los encuestados manifestaron de diferentes alternativas por tratarse de una pregunta abierta, el 51% lo adquieren en el supermercado, el 47%, en comisariatos; y, el 2% en Bodegas.

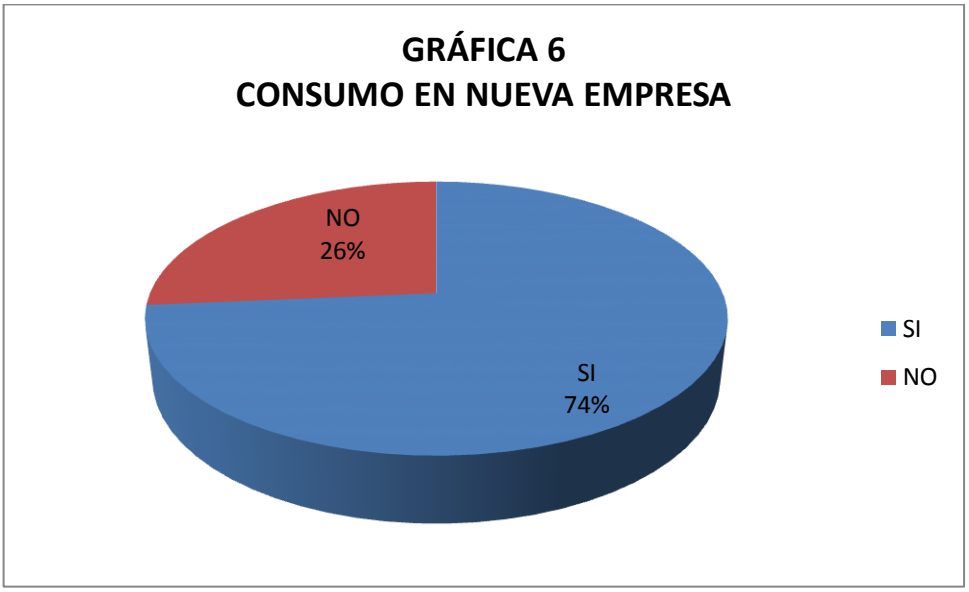
PREGUNTA Nº 6

¿Si se creara una empresa orense dedicada a la producción y comercialización de Nuggets de Pollo, estaría dispuesto a adquirirlos?

CUADRO 7
CONSUMO EN NUEVA EMPRESA

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	106	74 %
NO	38	26 %
TOTAL	**144**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere al apoyo que se da para lanzar un producto al mercado, el 74% de los encuestados están dispuestos a adquirir el producto en una nueva empresa orense de recién creación; mientras que el 26% no aceptan el producto debido a razones como: ya tienen su producto que consumen siempre, no confían en productos nuevos, etc.

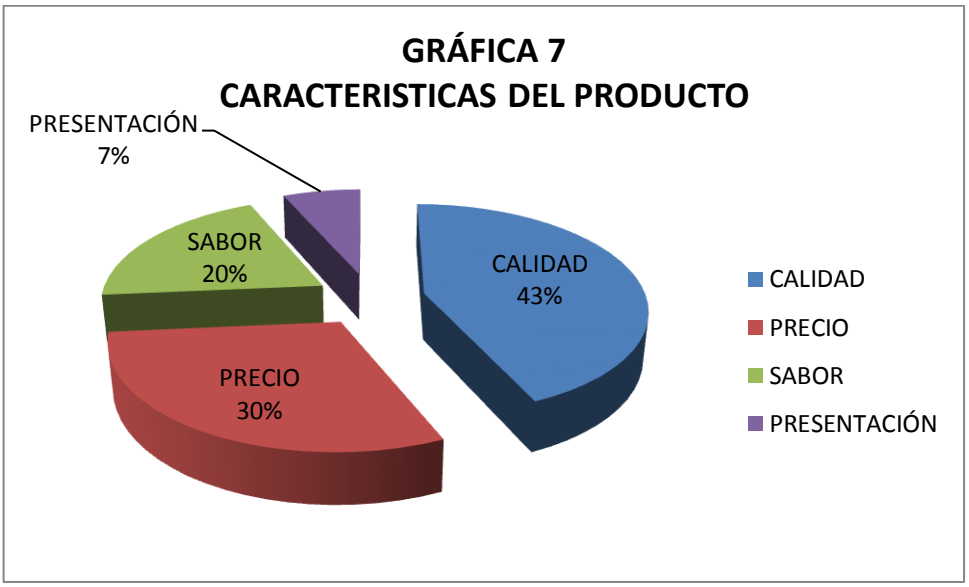
PREGUNTA Nº 7

¿Qué características considera Ud., que debería tener el nuevo producto?

CUADRO 8
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
CALIDAD	46	43 %
PRECIO	32	30 %
SABOR	21	20 %
PRESENTACIÓN	7	7 %

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las características del nuevo producto son atributos que le convierten en preferido por los consumidores, como se puede ver en el cuadro Nº 9, el 43% de los encuestados considera que la calidad es lo fundamental en un producto, el 30% en cambio considera que lo fundamental es el precio sin importar la calidad, el 20% el sabor del producto; y, el 7% considera que en la presentación tienen que ser fundamental para un producto y este sea aceptado en el mercado consumidor.

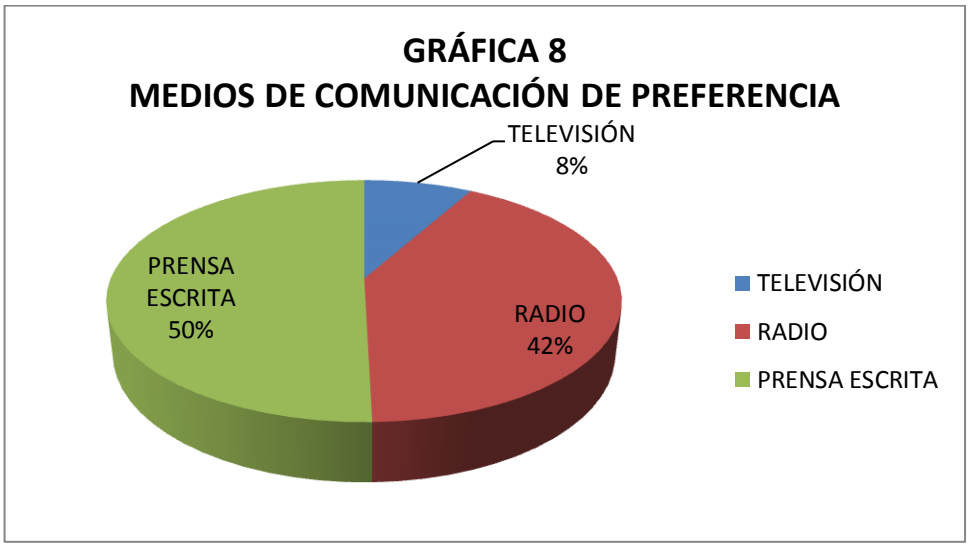
PREGUNTA Nº 8

¿Cuál es el medio por el cual le gustaría que se dé a conocer estos productos?

CUADRO 9
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN	10	8 %
RADIO	51	41 %
PRENSA ESCRITA	62	50 %

FUENTE: Encuesta a las familias de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere a cuales son los medios de comunicación por los cuales les gustaría que se dé a conocer el nuevo producto en el mercado, para que tenga conocimientos de sus características, el 50% prefiere la prensa escrita, el 42% la radio; y, la televisión en un 8%.

ENCUESTA A DISTRIBUIDORES

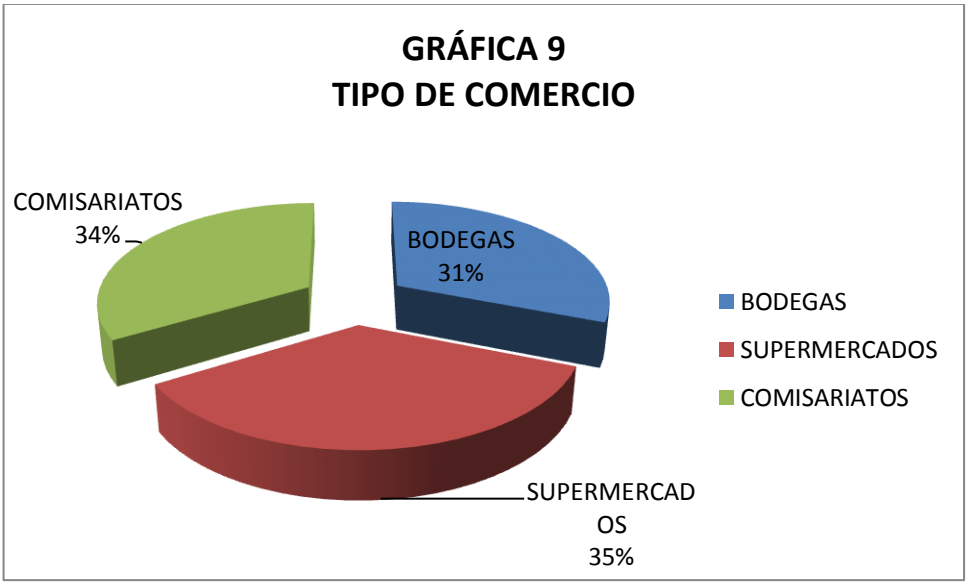
PREGUNTA Nº 1

¿Cuál es el tipo comercial de su negocio?

CUADRO 10
TIPO DE COMERCIO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BODEGAS	83	31 %
SUPERMERCADOS	95	35 %
COMISARIATOS	90	34 %
TOTAL	**268**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a distribuidores de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede determinar la mayoría de encuestas fueron realizadas a los establecimientos que venden productos de primera necesidad en la provincia de El Oro, ya que estos lugares son los más frecuentados por los consumidores.

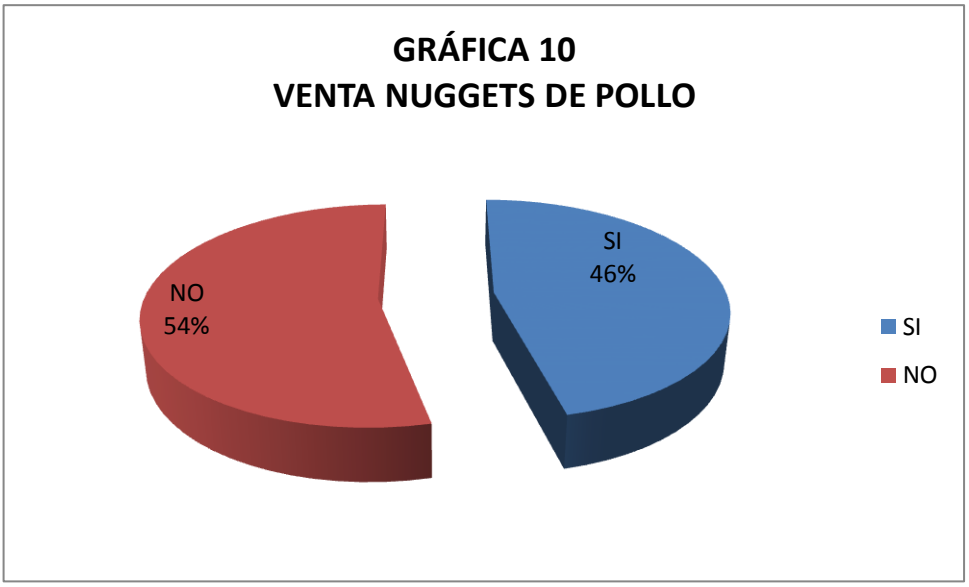
PREGUNTA Nº 2

¿En su negocio vende Nuggets de Pollo?

CUADRO 11
VENTA DE NUGGETS DE POLLO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	124	46 %
NO	144	54 %
TOTAL	**268**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a distribuidores de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los comercializadores el 54% no venden Nuggets de Pollo; mientras, que el 46% si venden este producto, esto determina que muchos comercios ni siquiera han conocido de la existencia del mismo, además no lo consideran un producto de importancia.

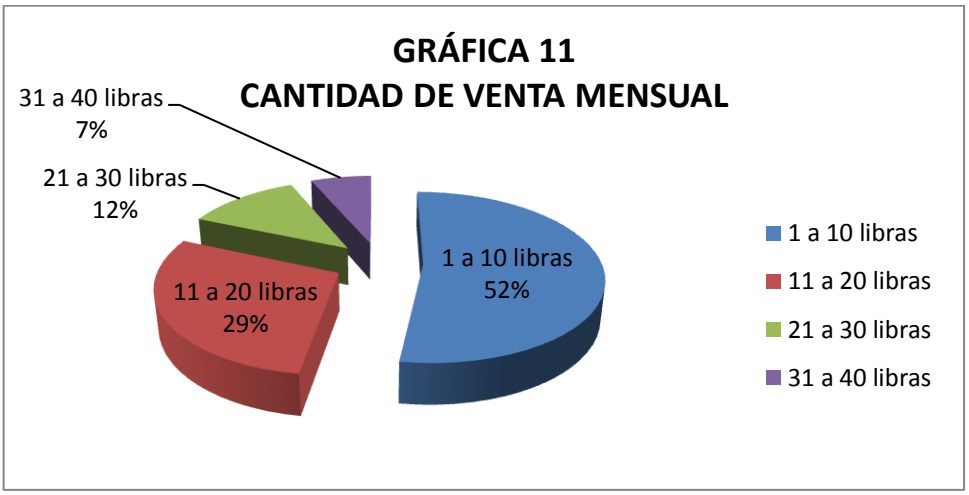
PREGUNTA Nº 3

¿Qué cantidad de Nuggets de Pollo vende mensualmente?

CUADRO 12
CANTIDAD DE VENTA MENSUAL

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 10 libras	65	52 %
11 a 20 libras	36	29 %
21 a 30 libras	15	12 %
31 a 40 libras	8	6 %
TOTAL	**124**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a distribuidores de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



CUADRO 13
VENTA PROMEDIA MENSUAL

INTERVALO	FREC.	XM	F.XM
1 a 10 libras	65	5,5	358
11 a 20 libras	36	15,5	558
21 a 30 libras	15	25,50	383
31 a 40 libras	8	35,50	284
TOTAL	**124**		**1582**

Fuente: Cuadro Nº 12
Elaboración: El Autor

Se aplica la siguiente fórmula:

$$X = \frac{Ef.Xm}{N}$$

En Donde:

X= Consumo promedio diario

F= Frecuencia

Xm= Punto medio

N= Universo

E= Sumatoria Total

$$X = \frac{1.582}{124} = 12{,}76$$ libras de Nuggets de Pollo mensualmente

La venta promedio semanal por cada establecimiento es de 12,76 libras de Nuggets de Pollo mensualmente, la venta promedio anual será de 153,12 gramos de Nuggets de Pollo (12,76 libras x 12 meses).

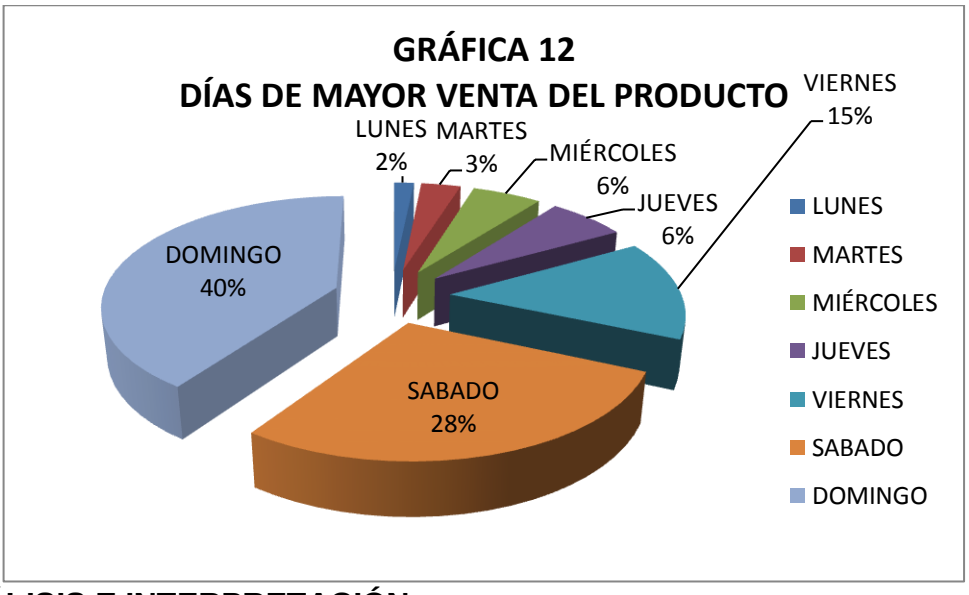
PREGUNTA Nº 4

¿Indique los días de mayor venta de Nuggets de Pollo?

CUADRO 14
DÍAS DE MAYOR VENTA DEL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
LUNES	2	2 %
MARTES	4	3 %
MIÉRCOLES	7	6 %
JUEVES	8	6 %
VIERNES	18	15 %
SABADO	35	28 %
DOMINGO	50	40 %
TOTAL	**124**	**100 %**

FUENTE: Encuesta a distribuidores de El Oro
ELABORACIÓN: El Autor



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere a los días que son más frecuentados por los clientes para la compra de productos, el 40% acuden los días domingos, el 28% los días sábados, el restante de porcentaje lo realizan entre lunes a jueves, esto determina que los fines de semana son los días de mayor frecuencia de los clientes en la compra de productos.

g) DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

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

DEMANDA POTENCIAL.

Para poder determinar la demanda potencial, se estableció la demanda utilizando el total de la población de la provincia de El Oro del año 2010 proyectada para el año 2013, con una tasa de crecimiento poblacional del 2,2%, 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 160.295 familias de la provincia de El Oro, 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 2,2% anual, así tenemos:

CUADRO 15
DEMANDA POTENCIAL

Año	Demanda Potencia
0	160.295
1	163.821
2	167.426
3	171.109
4	174.873
5	178.721
6	182.652
7	186.671
8	190.777
9	194.975
10	199.264

Fuente: Cuadro Nº 1

Elaboración: El Autor

DEMANDA REAL.

Para poder determinar la demanda real, se hace referencia a las familias de la provincia de El Oro que consumen Nuggets de Pollo que son en un 36%, entonces en la provincia de El Oro que tiene una demanda potencial de 160.295 familias, para lo cual el 36% según el cuadro Nº 2 determina que 57.706 familias compran y consumen Nuggets de Pollo.

CUADRO 16
DEMANDA REAL

Año	Demanda Potencial	Compran Nuggets de Pollo 36%	Demanda Real
0	160.295	36	57.706
1	163.821	36	58.976
2	167.426	36	60.273
3	171.109	36	61.599
4	174.873	36	62.954
5	178.721	36	64.339
6	182.652	36	65.755
7	186.671	36	67.201
8	190.777	36	68.680
9	194.975	36	70.191
10	199.264	36	71.735

Fuente: Cuadros Nº 2 y 15

Elaboración: El Autor

CONSUMO PERCÁPITA

CUADRO 17

COSUMO PROMEDIO MENSUAL			
ALTERNATIVA	**FERCUENCIA**	**XM**	**FXM**
½ a 1 libra	119	0,75	89
1 ½ a 2 libras	25	1,75	44
TOTAL	**144**		**133**

Fuente: Cuadro Nº 4
Elaboración: El Autor

Se aplica la siguiente fórmula:

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

En Donde:

X= Consumo promedio mensual

F= Frecuencia

Xm= Punto medio

N= Universo

∑= Sumatoria Total

$$X = \frac{133}{144} = 0{,}92$$ libras de Nuggets de Pollo mensual por familia

El promedio mensual por familia es de 0,92 libras de Nuggets de Pollo, por lo que el consumo anual será de 11,04 libras de Nuggets de Pollo.

CUADRO 18
DEMANDA REAL

Año	Demanda Real	Consumo Por familia	Demanda Real en libras de Nuggets de Pollo
0	57.706	11,04	637.074
1	58.976	11,04	651.095
2	60.273	11,04	665.414
3	61.599	11,04	680.053
4	62.954	11,04	695.012
5	64.339	11,04	710.303
6	65.755	11,04	725.935
7	67.201	11,04	741.899
8	68.680	11,04	758.227
9	70.191	11,04	774.909
10	71.735	11,04	791.954

Fuente: Cuadro 16 y 17
Elaboración: El Autor

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA.

Para determinar la demanda efectiva se establece que de las 144 encuestas que consumen Nuggets de Pollo en la provincia de El Oro, el 74% estaría de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la producción de Nuggets de Pollo y están dispuestos a adquirirlos cómo se lo determina en el cuadro Nº 8, entonces si la población de la provincia de El Oro que consume Nuggets de Pollo es de 637.074 libras de Nuggets de Pollo, el 74% da 471.435 libras de Nuggets de Pollo dispuestas a comprar en la nueva empresa.

CUADRO 19
DEMANDA EFECTIVA

Año	Demanda Real en libras de Nuggets de Pollo	Creación 74%	Demanda Efectiva
0	637.074	74	471.435
1	651.095	74	481.810
2	665.414	74	492.406
3	680.053	74	503.239
4	695.012	74	514.309
5	710.303	74	525.624
6	725.935	74	537.192
7	741.899	74	549.005
8	758.227	74	561.088
9	774.909	74	573.432
10	791.954	74	586.046

Fuente: Cuadros Nº 9 Y 18

Elaboración: El Autor

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 Nuggets De Pollo se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en la provincia de El Oro, en una muestra significativa tales como bodegas, comisariatos y supermercados, lugares que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

OFERTA ACTUAL

Para poder determinar la oferta actual se ha recolectado información sobre la cantidad que vende mensualmente cada establecimiento, datos que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitió conocer la media promedio de venta de cada comercio. Para lo cual se utiliza los datos de cuadro Nº 13. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tiene la provincia de El Oro en el sector urbano, distinguiéndolo por el tipo de comercio, según datos extraídos del SRI.

CUADRO 20

OFERTA TOTAL

NEGOCIOS	Nº DE NEGOCIOS	% DE VENTA (46%)	OFERTA PROMEDIO ANUAL	OFERTA TOTAL EN LIBRAS
Bodegas	1429	657	153,12	100.659
Supermercados	1614	742	153,12	113.647
Comisariatos	1567	721	153,12	110.400
TOTAL	**4610**	**2121**		**324706**

Fuente: SRI y Cuadros Nº 15 y 16
Elaboración: El Autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La oferta total existente en la provincia de El Oro es de 324.706 libras de Nuggets de Pollo, para la proyección de la oferta se ha tomado el dato del Servicio de Rentas Internas, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 1,17% anual datos del 2012 al 2013.

CUADRO 21

PROYECCIÓN OFERTA DE NUGGETS DE POLLO

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	324.706
1	328.505
2	332.349
3	336.237
4	340.171
5	344.151
6	348.178
7	352.252
8	356.373
9	360.542
10	364.761

Fuente: S.R.I. Tasa de crecimiento 1,17% y Cuadro 20
Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

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

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

Como se pudo determinar en el estudio de la oferta, ésta se realizó en las diferentes bodegas, comisariatos y supermercados de productos de primera

necesidad de la provincia de El Oro, de las cuales se tomó las cantidades de productos vendidos.

CUADRO 22

DEMANDA INSATISFECHA.

AÑO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL	OFERTA TOTAL PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	471.435	324.706	146.729
1	481.810	328.505	153.305
2	492.406	332.349	160.057
3	503.239	336.237	167.002
4	514.309	340.171	174.138
5	525.624	344.151	181.473
6	537.192	348.178	189.014
7	549.005	352.252	196.754
8	561.088	356.373	204.715
9	573.432	360.542	212.890
10	586.046	364.761	221.285

Fuente: Cuadros Nº 19 y 21

Elaboración: El Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Para la realización del trabajo de investigación es necesario prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que esto depende de juicios anticipados en las condiciones de mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a la misma los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

Para poder realizar un plan de comercialización, es necesario analizar la mezcla de mercado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza y
- Promoción.

PRODUCTO

GRAFICA 13

El producto que se comercializará es Nuggets de Pollo.

Un Nuggets de pollo es un alimento compuesto de una pasta de pollo finamente picada, que se recubre de pan rallado antes de cocinarlo.

Objetivos del Producto

- Lograr que nuestro producto sea líder en el mercado.
- Crear lealtad del consumidor hacia nuestro producto.

Estrategias del Producto

Marca: El nombre Comercial de la empresa, el cual será representativo del producto que ofreceremos a nuestros clientes con una identidad propia será:

"SÚPER POLLO"

Logo: La imagen que se usara en las publicidades para que las personas puedan identificar el producto, donde se demuestra el dinamismo, prestigio, confianza y respaldo que la empresa representará es el siguiente.

GRAFICA 14

Atributos de nuestro producto:

- **Calidad:** El producto será de calidad ya que se contará con el mejor proceso técnico de producción con maquinaria moderna y personas capacitadas en la elaboración del mismo.
- **Sabor:** Será nutritivo posee un sabor exquisito por ser carne blanca como es el pollo.
- **Presentación:** La suma de todos estos atributos resulta un excelente e innovador producto de consumo alimenticio.

PRECIO

La determinación del precio de venta del producto Nuggets de Pollo, se basará en los siguientes parámetros:

- Costo de la maquinaria
- Costos de la Materia Prima
- Gastos operativos
- Gastos no operativos
- Cantidad a producir según especificaciones técnicas de la maquinaria
- Muebles y enseres.

PLAZA

El producto será comercializado en la provincia de El Oro, específicamente en una segmentación de mercado de las familias de la provincia de El Oro. La comercialización se la hará en forma indirecta, es decir con la participación de intermediarios, estos son los intermediarios de negocios

como, tiendas, bodegas, supermercados, que son los que comercializan este tipo de productos.

GRAFICA 15

PROMOCIÓN

La Publicidad.

La publicidad que se utilizará para dar a conocer de manera masiva el producto serán los siguientes:

CUADRO 23

- **Publicidad En Medios De Comunicación**

ESPECIFICACIÓN	MENSAJE	N° VECES	TIEMPO	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
TELEVISIÓN	Dar a conocer mediante un audio-video las características y beneficios de consumir Nuggets de pollo, el precio, la presentación y la dirección donde pueden adquirirlo.	**6**	**30 Seg.**	→ TV OK MACHALA
RADIO	Dar a conocer mediante un audio sobre las ventajas y las características de los Nuggets de pollo, así mismo dar a conocer el precio, presentación y donde pueden adquirirlo.	**9**	**30 Seg.**	→ SUPER K

Fuente: Medios de Comunicación de Machala
Elaborado: El Autor

ESTUDIO TÉCNICO.

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

TAMAÑO Y LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

TAMAÑO DE LA PLANTA

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

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

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas –día, por 260 días-año laborables.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria, utilizando el 100% de producción; siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción, dependiendo de la demanda insatisfecha para poder ofrecer sus productos; la empresa ha adquirido una maquinaria de molido de carne, una máquina freidora continua y una máquina selladora etiquetadora de Nuggets, las mismas que trabajando 8 horas diarias al 100% produce 215 unidades de 100 gr. De Nuggets de pollo diarios para lo cual se contará con 2 máquinas que cumplirán con 8 horas diarias, esto determina que si se trabaja 260 días al año se producirá 111.800 unidades de 100 gr. De Nuggets de pollo; a continuación se expone la capacidad instalada para los diez años de vida útil del proyecto.

Para determinar la capacidad instalada se aplicará mediante regla de tres simple de la siguiente manera:

Demanda insatisfecha	=	153.305
Capacidad Instalada	=	111.800

Capacidad máxima de producción

153.305	100%
111.800	X

$$\frac{111.800 \times 100}{153.305} = 72,93\%$$

Se cubrirá el 72,93% de la demanda insatisfecha.

CUADRO Nº 24

CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE %	CAPACIDAD INSTALADA
1	153.305	72,93	111.800
2	160.057	69,85	111.800
3	167.002	66,95	111.800
4	174.138	64,20	111.800
5	181.473	61,61	111.800
6	189.014	59,15	111.800
7	196.754	56,82	111.800
8	204.715	54,61	111.800
9	212.890	52,52	111.800
10	221.285	50,52	111.800

Fuente: Cuadro Nº 22
Elaboración: El Autor

CAPACIDAD UTILIZADA

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

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, entre otros, es por eso que en el presente proyecto, para el primer año de vida útil se utilizará el 60%, para el segundo el 65%, para el tercero el 70%, para el cuarto el 75%, para el quinto el 80%, para el sexto el 85%, para

el séptimo el 90%, y para octavo el 95% hasta el décimo año de esta capacidad. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO 25

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE %	CAPACIDAD UTILIZADA
1	111.800	60	67.080
2	111.800	65	72.670
3	111.800	70	78.260
4	111.800	75	83.850
5	111.800	80	89.440
6	111.800	85	95.030
7	111.800	90	100.620
8	111.800	95	106.210
9	111.800	95	106.210
10	111.800	95	106.210

Fuente: Cuadro 24

Elaboración: El Autor

FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

El tamaño y la técnica, son determinantes que tienen relación directa con la inversión y costo de producir, así dentro de los límites de operación, a mayor escala de actividad operacional, menor costo de inversión por cada unidad de la capacidad instalada obteniendo siempre un mayor rendimiento del personal utilizado; todo este proceso contribuye a minimizar el costo de producir y elevar la rentabilidad al tiempo que disminuye la inversión e incrementan al máximo las utilidades que ha previsto la presente empresa.

La demanda considerándola en términos cuantitativos dentro de la determinación de la capacidad del proyecto, es primordial, es decir hay que basarse en la demanda insatisfecha de productos obtenida en la provincia de El Oro y el porcentaje con que la empresa atenderá a dicha demanda.

Es necesario además conocer cómo se encuentra distribuido el mercado, para determinar cómo se encuentra geográficamente repartida la demanda, misma que es básica dentro de la toma de decisiones sobre el tamaño y localización de la empresa.

LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

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

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

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

- **Insumos.-** Para la disponibilidad de la materia prima, la empresa contará con el apoyo de distribuidores locales.

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

- **Servicios Básicos.**- es necesario que la empresa disponga de todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, servicios telefónico y alcantarillado.

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

- **Mercado Potencial.**- lo constituyen las familias de la provincia de El Oro.

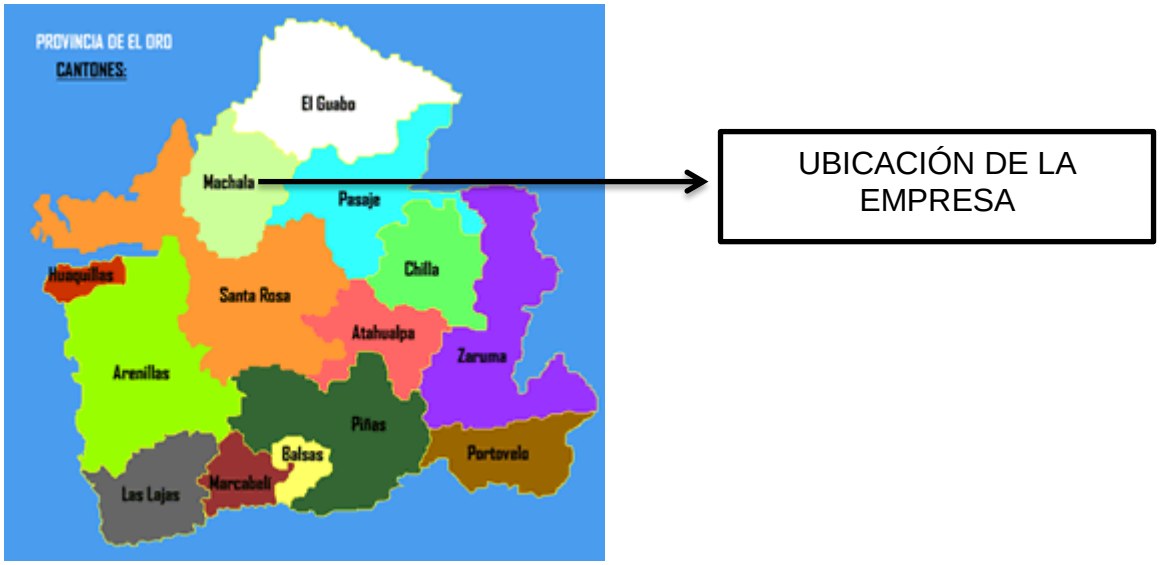
Dentro de la localización tenemos los principios fundamentales, los cuales marcan dos etapas que antes que oponerse, se complementan, ellas son: la macro localización y la micro localización.

Macrolocalización.- Aquí se llega a definir la zona general, las ciudades y región en donde se va a localizar la unidad de producción, en este caso es en la provincia de El Oro.

Para realizar la selección del lugar óptimo, en donde se pueda producir con efectividad, se debe buscar el lugar en el cual la producción y comercialización de Nuggets de Pollo sea de la mejor forma y a su vez determinar factores como: clima, disponibilidad de la materia prima, grado de asociación, comunicaciones etc.

MACROLOCALIZACIÓN

Mapa de la provincia de El Oro

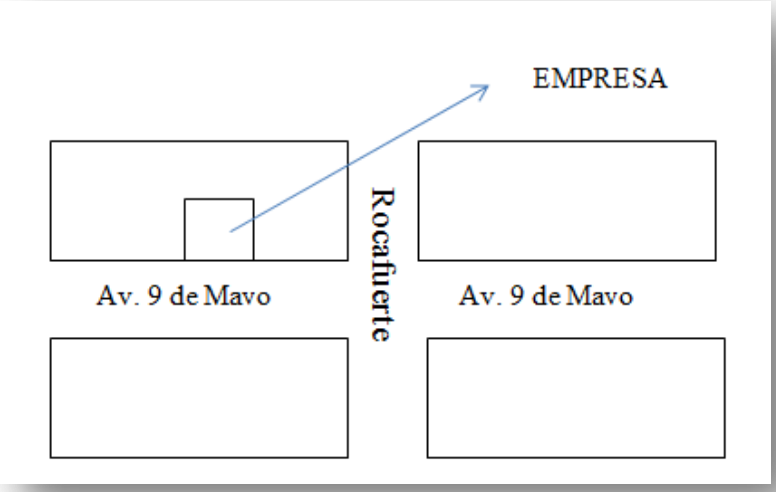


MATRIZ PARA SELECCIONAR LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

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

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Microlocalización.- Es base a la información obtenida en la Matriz de localización se determina que el lugar más apropiado para localizar la empresa en la ciudad de Machala son las calles Av. 9 de Mayo y Rocafuerte de la ciudad de Machala, esto por disposiciones estrictas del Municipio de Machala. La localización señalada cuenta con un gran número de factores condicionantes favorables como el fácil acceso a la planta, los servicios básicos de agua, luz y teléfono, suficiente espacio físico para la producción y una apropiada infraestructura para la distribución.



INGENIERIA DEL PROYECTO.

Es la parte del proyecto que por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía, sin embargo es necesario que este disponga de ciertos elementos de juicio generales que le permitan organizar al equipo que tiene a su cargo la elaboración del proyecto, a fin de poder ordenar en forma sistemática todos los coeficientes e indicadores que originándose en el estudio de ingeniería puedan integrarse en forma coherente al cuerpo del proyecto.

La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, para determinar el personal a utilizarse.

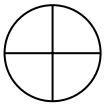
PROCESO PRODUCTIVO.

OBJETIVO.

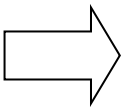
Realizar el proceso productivo para la transformación de la materia prima en producto terminado la cual es la siguiente:

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

El diagrama de flujo del proceso describe simbólicamente el proceso de elaboración de un producto. Los símbolos internacionalmente aceptados en la elaboración de estos diagramas son:

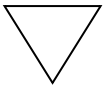


= Operación, que significa que se ha realizado un cambio o transformación en el producto.



= Transporte, consiste en la movilización de algún elemento en una determinada operación, tanto de un sitio a otro como a algún punto de almacenamiento o demora.

= Demora, aparece cuando en el proceso de producción ocurre cuellos de botella, por los que se debe esperar turno para realizar la siguiente actividad.



= Almacenamiento, puede ser de materias primas, productos en proceso o productos terminados.

= Inspección, se refiere al control ejecutado en alguna etapa del proceso.

= Operación combinada, se produce al efectuarse simultáneamente dos operaciones.

A continuación se presentara las diversas etapas por las que debe atravesar el proceso productivo para llegar a obtener el Nuggets de Pollo.

Flujo grama de procesos

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

CUADRO 26

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

FASE	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	DISTANCIA (METRS)	TIEMPIO (horas)
1						Recepción de materia prima	0	20 Min.
2						Preparación materias primas	3	30 Min.
3						Mezclado	2	20 Min.
4						Formación Nuggets	1	30 Min.
5						Rebozado y apanado	2	4 Horas
6						Fritura	1	30 Min.
7						Envasado	2	40 Min.
8						Congelación		1 Hora
9						Almacenamiento		10 Min.
							TOTAL TIEMPO	**8 horas**

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Máquina molino

Máquina Freidora continua

Máquina selladora etiquetadora de Nuggets

MUEBLES Y ENSERES

- Escritorio Tipo Gerente 1
- Sillón tipo Gerente 1
- Escritorio Tipo Secretaria 1
- Silla Giratoria 1
- Archivador 1
- Sillas 6
- Estantes 1

EQUIPO DE CÓMPUTO

- Computador 2
- Impresora 2

SUMINISTROS DE OFICINA

- Papel bond
- Papel Copia
- Lápices
- Esferos

SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

- Mandiles
- Guantes

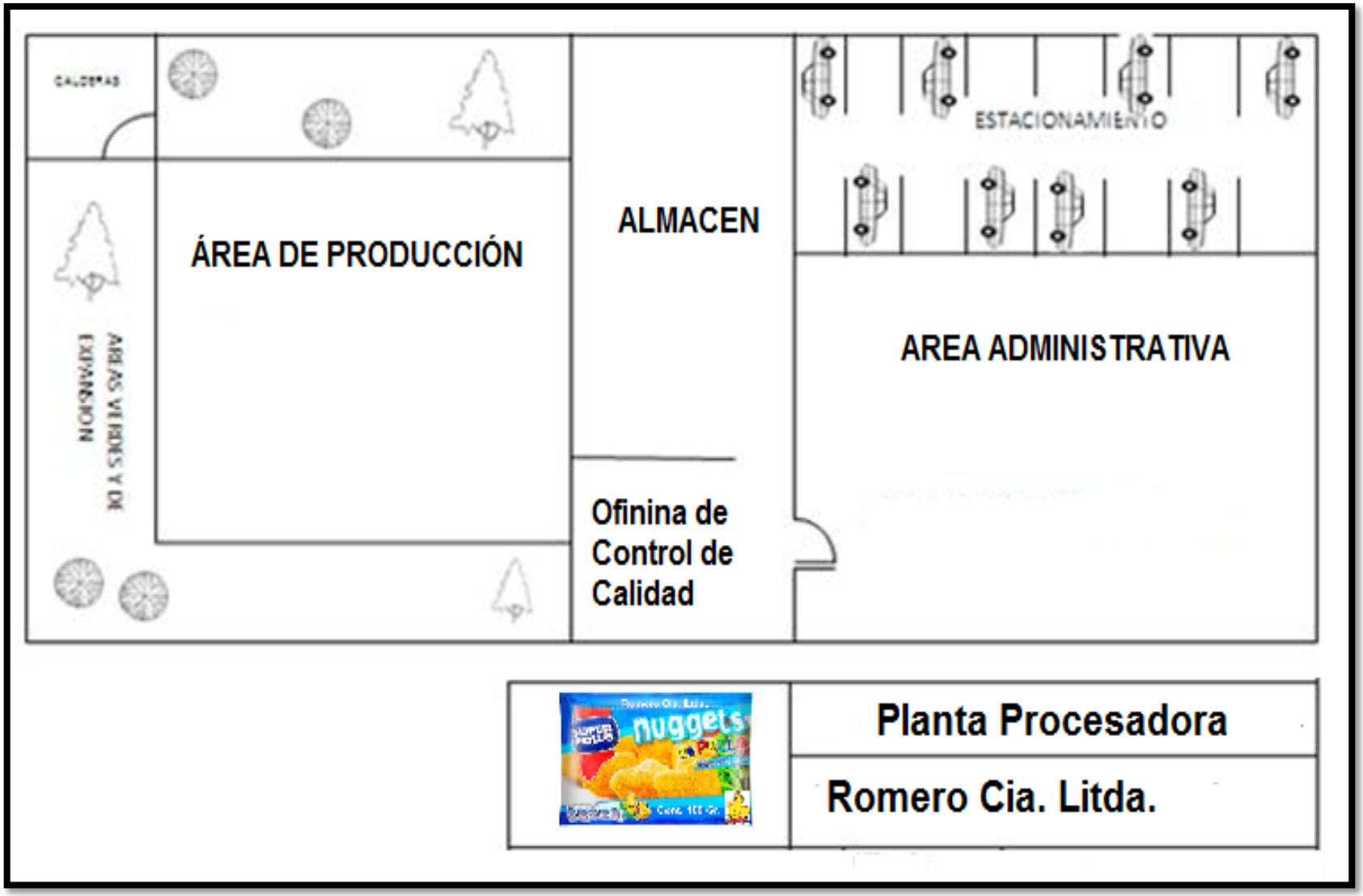
REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS

Gerente	1
Asesor Jurídico (eventual)	1
Secretaria - Contadora	1
Conserje -Guardián	1

Obreros	2
Chofer - vendedor	1

Distribución Física de la planta de producción

Para el desarrollo adecuado para las actividades de la empresa se arrendará un local de 100m^2 que tiene todos los servicios básicos y será distribuido así:


CALDERAS
ÁREA DE PRODUCCIÓN
ALMACEN
ESTACIONAMIENTO
AREA ADMINISTRATIVA
AREAS VERDES Y DE EXPANSION
Ofinina de Control de Calidad
nuggets
Planta Procesadora
Romero Cia. Litda.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

Organización Legal

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que "La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura".

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "ROMERO"

Señor Notario:

En el Registro de Escrituras a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste la constitución de una compañía de responsabilidad limitada al tenor de las siguientes cláusulas.

PRIMERA: Comparecientes: Comparecen a otorgar esta escritura la siguiente persona: **Sra. Carmen Luisa Romero Celi y el Sr. Tito Romero Armijos,** todos ellos de nacionalidad ecuatoriana, quien por sus propios derechos, acuerda constituir una compañía de responsabilidad limitada que se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías y de los presentes Estatutos;

SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:

Art. 1.- Denominación.- La Compañía que se constituye mediante este contrato se denominará: “ROMERO Cía. Ltda.”.

Art. 2.- Objeto.- La empresa como tal, tendrá su objeto social en la producción y comercialización de NUGGETS DE POLLO.

Art. 3.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Machala, pero podrá establecer agencias o sucursales en cualquier lugar del país, previo autorización de la Junta General de Accionistas.

Art. 4.- Plazo El plazo por el cual se constituye la compañía es de diez (10) años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser ampliado o restringido procediendo en la forma que se determina en la Ley de Compañías y estos Estatutos.

Art. 5.- Capital.- El capital de la compañía es de USD 1.000,00 dólares que estará representado por 100 participaciones de USD. 10 dólares cada una de ellas, iguales e individuales, las que tienen el carácter de no negociables, las que se encuentran íntegramente suscritas y pagadas en el 50% de su valor, conforme la cuenta de integración de capital que se ha abierto en el

Banco de Machala cuyo certificado conferido por esa institución financiera se protocolizará conforme a lo dispuesto a la Ley de Compañías;

Art. 6.- Plazo para la integración del capital.- Los socios pagarán en efectivo el 50% no pagado de las aportaciones que cada uno de ellos ha hecho, en el plazo máximo de un año;

Art. 7.- De la Junta General.- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la compañía y se integrará por los socios de la misma en número suficiente para formar quórum, por lo que las decisiones que ella tome conforme la Ley y estos Estatutos obligan a todos los socios hayan o no contribuido con sus votos o hayan o no asistido a la sesión;

Art. 8.- Sesiones.- Las sesiones de la Junta General son ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal. En el caso que estuvieren juntos los socios que representen la totalidad del capital social podrán constituirse en Junta General, sin requerir convocatoria previa, siempre que así lo resolvieren por unanimidad y estuvieren de acuerdo a los asuntos a tratarse.

Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; las extraordinarias cuantas veces fueren convocadas. En las Juntas Generales solo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria;

Art. 9.- Convocatoria.- Las Juntas Generales serán convocadas por el Presidente o el Gerente de la Compañía, por medio de la prensa, en uno de

los periódicos de mayor circulación, en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión, o mediante comunicación por escrito a todos los socios con anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas al día fijado para la sesión. En todo lo relacionado al quórum y a las decisiones se estará a lo dispuesto a la Ley de Compañías.

Art. 10.- Concurrencia.- A las sesiones de la Junta General los socios podrán concurrir personalmente o por apoderado, que en caso de no serlo por escritura pública, requerirá el poder escrito que tendrá el carácter de especial para cada sesión. Las sesiones serán presididas por el Presidente y a la falta de éste por el socio designado en cada caso y actuará como Secretario el Gerente y en su falta el socio que la Junta elija. Todos los acuerdos de la Junta General serán asentados en el correspondiente libro de actas y serán firmados por el Presidente y el Secretario de la Junta.

Art. 11.- Atribuciones de la Junta General.- Son atribuciones de la Junta General las siguientes: a) Designar y remover Presidente, Gerente y Administradores de la compañía; b) Señalarles sus remuneraciones, c) Nombrar Fiscalizador de la compañía y determinar la forma en que organizará la fiscalización, d) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los Administradores y Gerentes; e) Resolver el reparto de utilidades, la formación de los fondos de reserva generales y especiales, el aumento o reducción del capital y la reforma de los estatutos; f) Acordar la prórroga o reducción del plazo de la compañía o su liquidación anticipada; g)

Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios; h) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo a las causales establecidas por la Ley; i) Resolver sobre el establecimiento de Sucursales o Agencias; j) Resolver la venta o gravamen de inmuebles de la compañía; k) Interpretar en forma obligatoria las disposiciones de estos estatutos;

Art. 12.- Administración.- La Administración de la compañía corresponde conjuntamente al Presidente y al Gerente, no siendo necesario ser socio de la compañía para poder ser elegido para estos cargos, durarán dos años en el ejercicio de los mismos.

Art. 13.- Del Gerente.- El Gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, correspondiéndole las siguientes atribuciones: a) Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de la Junta General y suscribir con el Presidente las actas correspondientes; b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico; c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos del giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los inmuebles de ella; d) Las demás establecidas en la Ley de Compañías. A falta de Gerente, éste será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente;

Art. 14.- Del Presidente.- Le corresponde conjuntamente con el Gerente la administración de la compañía y deberá suscribir las actas de la Junta General y los certificados de aportaciones;

Art. 15.- Reemplazo de funcionarios.- Los funcionarios elegidos por los períodos señalados en estos Estatutos continuarán en el desempeño de sus cargos hasta ser legalmente remplazados aun cuando haya vencido el plazo para el cual fueron elegidos, salvo el caso de destitución;

Art. 16.-Disolución de la Compañía.- Las causas de disolución de la compañía serán las determinadas por la Ley, y para su liquidación actuará como liquidador el Gerente con las atribuciones determinadas por la Ley;

Art. 17.- Fondo de Reserva.- La compañía formará un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, para lo cual se destinará de las utilidades líquidas de cada año cuando menos el cinco por ciento;

Art. 18.- Aumento de capital.- De acordarse el aumento de capital social los socios constituyentes tendrán preferencia para suscribirlo en proporción a su participación, igual preferencia tendrá la adquisición de las aportaciones del socio o socios que desearen transferirlas;

Art. 19.- Fiscalización.- Anualmente, la Junta General designará un Fiscalizador, que podrá ser socio o no, con derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales;

Art. 20.- Representación Legal de la Compañía.- De conformidad con lo establecido en el artículo décimo cuarto de estos Estatutos, la representación legal de la compañía corresponde al Gerente, y a los socios

han convenido en designar para el cargo a la accionista Sra. Carmen Luisa Romero, quien manifiesta aceptar sus cargos, quedando expresamente facultados para obtener la aprobación legal de la compañía y su respectiva inscripción.

Firma: El Abogado

Estructura Administrativa Interna

Es necesario determinar un modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente

Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de la Empresa Romero y Cía Litda., está establecida por 5 niveles jerárquicos que son:

Nivel Legislativo

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está conformado por la Junta General de Socios.

Nivel Ejecutivo

Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando, puede delegar autoridad más no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, director o gerente.

Nivel Asesor

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica. Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrada por un Asesor Jurídico.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, y se encuentra conformado por la Secretaria y Conserje.

Nivel Operativo

El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. Dentro de este nivel estará el Departamento de Producción y Ventas.

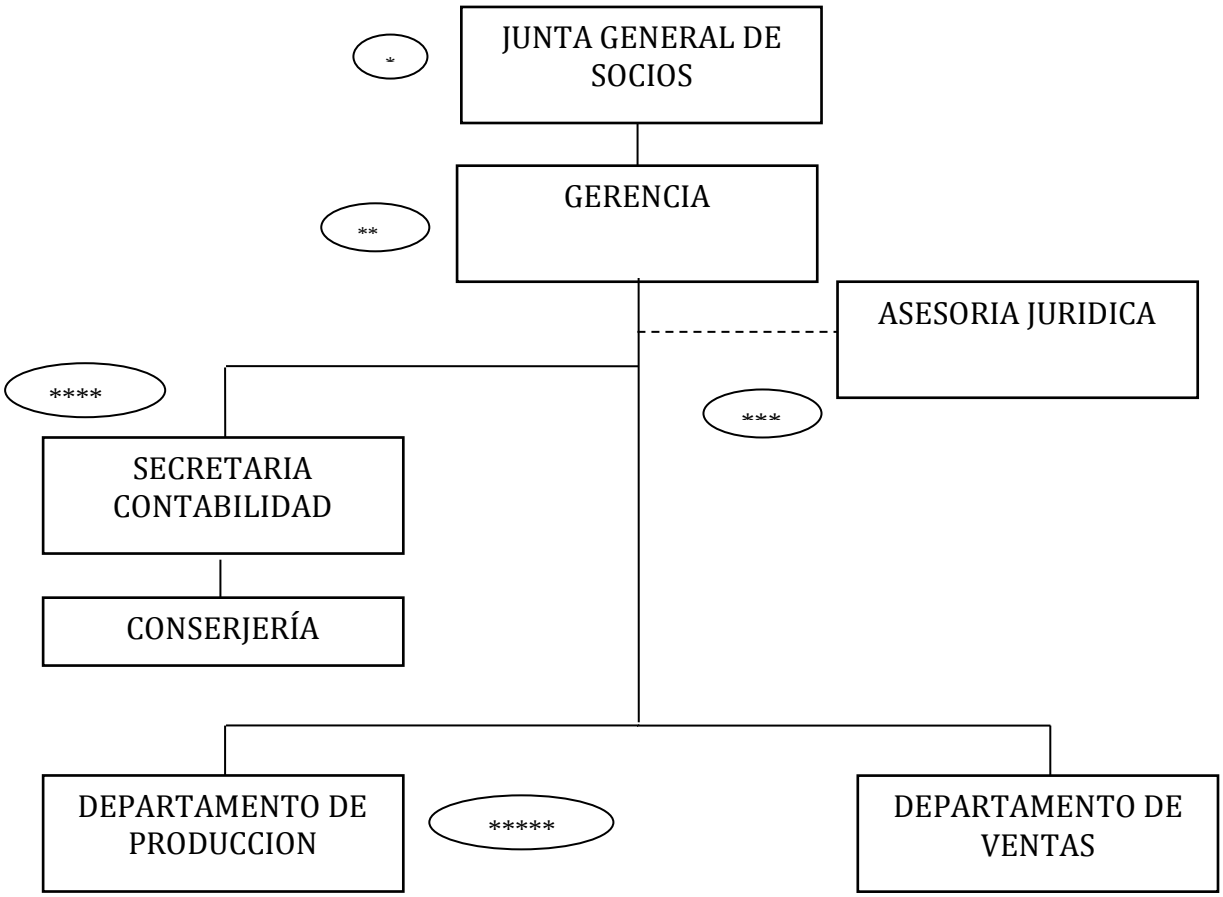
ORGANIGRAMAS

"Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad"[36].

[36] Organización Aplicada, Víctor H. Vázquez, 1985, pág. 122.

ROMERO y Cía. Ltda.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

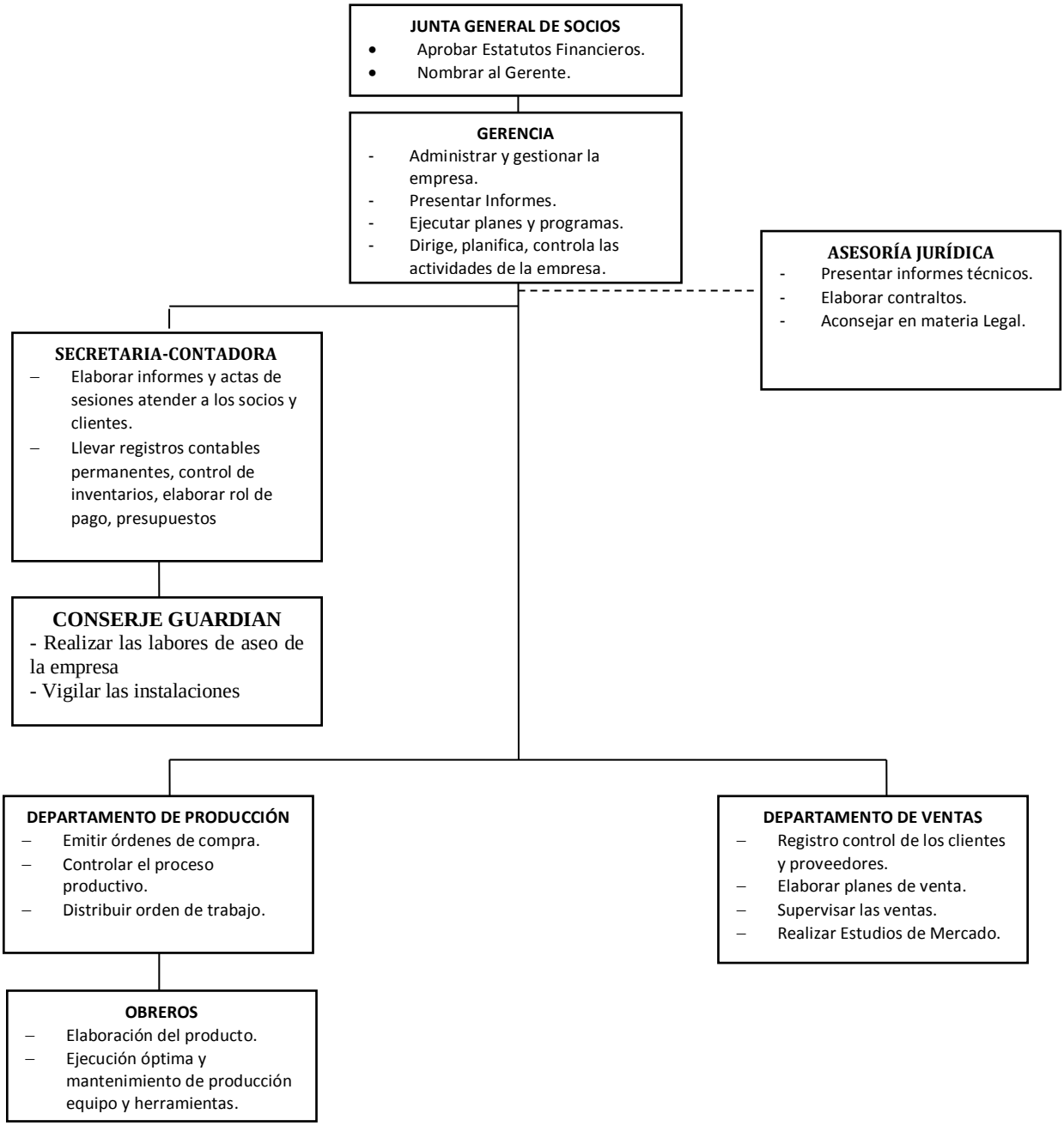


*Nivel Legislativo.
**Nivel Ejecutivo
***Nivel Asesor.
****Nivel Auxiliar
*****Nivel Operativo.

Elaboración: El Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

ROMERO y Cía. Ltda.



Elaboración: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES

Código:	**01**
Título del puesto	**Gerente**
Naturaleza del trabajo	Planificar, organizar, ejecutar, controlar y coordinar las diferentes actividades del sistema administrativo de la empresa.
Tareas típicas • Planificar lo que va a realizar la empresa. • Organizar en forma coordinada los recursos y actividades materiales técnicas y humanas. • Cumplir con las disposiciones dadas en el Directorio e informar sobre la marcha de la misma. • Ejecutar la planificación estratégica trazada. • Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Representar legalmente a la empresa, interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas de alto nivel. • Seleccionar al personal idóneo para que trabaje con la empresa. • Controlar el desenvolvimiento del personal a su cargo. • Hacer cumplir, la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Socios. • Delegar bajo su responsabilidad, funciones específicas en otro funcionario de la empresa.	
Características del puesto:	- Responsabilidad, administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas. -Requiere de iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa. Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
Requisitos mínimos	• Título de Ingeniería comercial. • Pertenecer a la empresa en calidad de socio. • Experiencia mínima dos años en trabajos similares. • Cursos relacionados al área de trabajo

Código:	**02**
Título del puesto	**Asesor Jurídico**
Naturaleza del trabajo	El trabajo implica el manejo de las relaciones conflictivas que tenga que enfrentar la empresa.
Funciones Básicas: • Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. • Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Revisar y analizar actividades relacionadas con la compra de bienes e inmuebles, derechos, acciones y más. • Facilitar asesoría o requerimientos de la Junta General de Socios, Gerencia o demás unidades de la empresa. • Preparar informes y dictámenes de orden legal. • Patrocinar en defensa de la empresa en los juicios de cualquier índole relacionado con sus actividades. • Participar en reuniones en junta de socios. • Preparar memorándums, informes sobre orden jurídico que sean solicitados por los miembros ejecutivos de la empresa.	
Características del puesto:	El puesto requiere de un profesional en Jurisprudencia con iniciativa y capacidad para resolver problemas de tipo legal. Además su participación en la Empresa será eventual.
Requisitos mínimos	• Título de Doctor en jurisprudencia. • Experiencia dos años en funciones similares.

Código:	**03**
Título del puesto	**Secretaria – Contadora**
Naturaleza del trabajo	Realizar labores de secretariado y contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa..
Funciones Básicas: • Atender al público que solicite información de la empresa. • Cuidar y responder del archivo de la Institución • Redacción y mecanografiado de todo tipo de correspondencia • Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto interna como externas. • Manejar datos e información confidencial de la empresa. • Tramitar pedidos u órdenes del jefe. • Enviar y recibir correspondencia de la empresa. • Mantener la información administrativa al día.	
Características del puesto:	El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos de secretariado y contabilidad que llevara la empresa.
Requisitos mínimos	• Título en Contabilidad y Auditoría o carreras afines. • Experiencia mínima dos años en funciones similares. • Cursos de capacitación afines al puesto.

Código:	**04**
Título del puesto	**Jefe de producción**
Naturaleza del trabajo	Ejecución de las labores de producción en la empresa.
Funciones Básicas: • Recepción y selección de materia primas. • Ejecución del proceso de producción. • Realizar la limpieza diaria de las máquinas y utensilios que utilizan para el proceso productivo. • Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción. • Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto. • Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas. • Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo. • Control de calidad.	
Características del puesto:	El puesto requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para hacer cumplir las labores de producción. y capacitación permanente. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad
Requisitos mínimos	• Título en Ingeniería en Industrias . • Experiencia mínima dos años en funciones similares. • Cursos de capacitación afines al puesto.

Código:	**05**
Título del puesto	**Vendedor**
Naturaleza del trabajo	Determinar las situaciones del mercado así como la promoción y publicidad del producto.
Funciones Básicas: • Promover mediante la publicidad la venta del producto. • Mantener una buena relación con el cliente. • Brindar información al cliente de cómo será pagado el producto. • Verificar que el producto tenga los elementos necesarios para su distribución. • Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores. • Ser un colaborador del proceso de la publicidad. • Dar mantenimiento y conservar los equipos bajo su responsabilidad. • Distribuir el producto • Facturar y despacha el pedido.	
Características del puesto:	Presentar informes periódicos al Gerente de cómo está la situación de la venta del producto. Tener habilidad en el manejo de clientes y buenas relaciones interpersonales.
Requisitos mínimos	• Título en Ingeniería Comercial o afines. • Experiencia mínima dos años en funciones similares. • Cursos de capacitación afines al puesto.

Código:	**06**
Título del puesto	**Obrero(a)**
Naturaleza del trabajo	Ejecutar las actividades referentes al proceso productivo, mantenimiento de máquina e instalaciones así como del almacenamiento del producto final.
Tareas típicas • Cumplir disposiciones emanadas por los superiores • Procesar la materia prima y cuidar de la calidad del producto. • Operar la maquinaria y herramientas bajo su cargo. • Recepción y selección de materia primas. • Ejecución del proceso de producción. • Realizar la limpieza diaria de las máquinas y utensilios que utilizan para el proceso productivo. • Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción. • Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto. • Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas. • Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.	
Características de clase	El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción, requiere de alta movilidad y responsabilidad.
Requisitos mínimos	• Bachiller • Experiencia en alimentos.

Código:	**07**
Título del puesto	**Conserje – Guardián**
Naturaleza del trabajo	Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.
Tareas típicas • Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa. • Realizar la limpieza de la empresa. • Llevar y traer la correspondencia • Mantenimiento de la planta • Vigilar la entrada y salida de personal a la empresa • Mantener el orden en la empresa • Realizar turnos de vigilancia de la empresa. • Guardián de los bienes de la empresa	
Características de clase	El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de guardianía, requiere de alta movilidad y responsabilidad.
Requisitos mínimos	• Bachiller • Haber realizado el servicio militar obligatorio.

ESTUDIO FINANCIERO.

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

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

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

ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

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

Terrenos, edificios, adecuaciones e instalaciones, maquinaria, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo por que la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

CUADRO 22

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	ANEXO	VALOR
Adecuaciones e instalaciones	7	11.000,00
Maquinaria y equipo	6	7.900,00
Muebles y enseres	14	1100
Herramientas	8	1780
Equipos de cómputo	15	1.880,00
Imprevistos 5%		1183
	TOTAL	**24.843,00**

Fuente: Anexos
Elaboración: El Autor.

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

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

CUADRO 23

ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	1200	1200
Gastos Organizativos	300	300
Permiso de funcionamiento	250	250
Patente	150	150
Imprevistos 5%	95	95
	TOTAL	**1.995,00**

Fuente: Municipio de Machala
Elaboración: El Autor.

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

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

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

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

CUADRO 24

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE (un mes)

CONCEPTO	ANEXO	VALOR TOTAL
Mano de obra directa	4	904,29
Mano de obra indirecta	5	502
Materia prima directa	3	830,72
Materiales indirectos	21	398,12
Suministros de oficina	16	12,90
Sueldos administrativos	13	1.742,85
Arriendo	19	500
Publicidad y propaganda	18	110
Servicios básicos	10, 11 y 17	90,85
Suministros de operación	9	16,2
Imprevistos 5 %		255,40
	TOTAL	**5.363,32**

Fuente: Anexos
Elaboración: El Autor

INVERSIONES

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

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

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

CUADRO 25
INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	***ANEXO O CUADRO***	***VALOR USD***	***%***
ACTIVOS FIJOS:			
Adecuaciones e instalaciones	7	11.000,00	
Maquinaria y equipo	6	7.900,00	
Muebles y enseres	14	1100	
Herramientas	8	1780	
Equipos de cómputo	15	1.880,00	
Imprevistos 5%		1183	
Subtotal:		**24.843,00**	77,15
ACTIVOS DIFERIDOS:			
Elaboración del Proyecto	23	1200	
Gastos Organizativos	23	300	
Permiso de funcionamiento	23	250	
Patente	23	150	
Imprevistos 5%	23	95	
Subtotal:		**1.995,00**	6,20
CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)	***Anexo 3***		
Mano de obra directa	4	904,29	
Mano de obra indirecta	5	502	
Materia prima directa	3	830,72	
Materiales indirectos	21	398,12	
Suministros de oficina	16	12,90	
Sueldos administrativos	13	1.742,85	
Arriendo	19	500	
Publicidad y propaganda	18	110	
Servicios básicos	10, 11 y 17	90,85	
Suministros de operación	9	16,2	
Imprevistos 5 %		255,40	
Subtotal:		**5.363,32**	16,66
TOTAL:		**32.201,32**	**100,00**

Fuente: Cuadros Nº 22, 23 y 24

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

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

a. FUENTES INTERNAS

El 53,42 % del total de la inversión y que corresponde a 17.201,32 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

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

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Machala constituirá el 46,58% que corresponde a 15.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO 26
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	15.000,00	46,58
Capital social	17.201,32	53,42
TOTAL:	32.201,32	100,00

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO 27
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL:	15000		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	15,00%			
TIEMPO:	10	AÑOS		
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				15.000,00
1	750,00	1.125,00	1.875,00	14.250,00
2	750,00	1.068,75	1.818,75	13.500,00
3	750,00	1.012,50	1.762,50	12.750,00
4	750,00	956,25	1.706,25	12.000,00
5	750,00	900,00	1.650,00	11.250,00
6	750,00	843,75	1.593,75	10.500,00
7	750,00	787,50	1.537,50	9.750,00
8	750,00	731,25	1.481,25	9.000,00
9	750,00	675,00	1.425,00	8.250,00
10	750,00	618,75	1.368,75	7.500,00
11	750,00	562,50	1.312,50	6.750,00
12	750,00	506,25	1.256,25	6.000,00
13	750,00	450,00	1.200,00	5.250,00
14	750,00	393,75	1.143,75	4.500,00
15	750,00	337,50	1.087,50	3.750,00
16	750,00	281,25	1.031,25	3.000,00
17	750,00	225,00	975,00	2.250,00
18	750,00	168,75	918,75	1.500,00
19	750,00	112,50	862,50	750,00
20	750,00	56,25	806,25	0,00

ELABORACIÓN: El Autor
FUENTE: Banco de Machala

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

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

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales, de manera parecida pero no idéntica a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que aquí se utilizará es estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como lo exponemos en el cuadro Nº 28.

CUADRO 28: PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia Prima Directa	9.968,65	10.237,80	10.514,22	10.798,11	11.089,66	11.389,08	11.696,58	12.012,39	12.336,73	12.669,82
Materiales Indirectos	4.777,44	4.906,43	5.038,90	5.174,95	5.314,68	5.458,18	5.605,55	5.756,90	5.912,33	6.071,96
Mano de Obra Directa	10.851,44	11.144,43	11.445,33	11.754,35	12.071,72	12.397,66	12.732,39	13.076,17	13.429,22	13.791,81
Total costo primo	25.597,53	26.288,66	26.998,46	27.727,42	28.476,06	29.244,91	30.034,52	30.845,45	31.678,28	32.533,59
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Mano de Obra Indirecta	6.024,00	6.186,65	6.353,69	6.525,24	6.701,42	6.882,36	7.068,18	7.259,02	7.455,01	7.656,30
Depreciación de Maquinaria y Equipo	711,00	711,00	711,00	711,00	711,00	711,00	711,00	711,00	711,00	711,00
Depreciación de instalaciones	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00
Suministros de producción	194,40	199,65	205,04	210,58	216,26	222,10	228,10	234,26	240,58	247,08
Depreciación de herramientas	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00	178,00
Amortización de activos diferidos	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95
Imprevistos 5%	174,17	174,43	174,70	174,98	175,26	175,55	175,85	176,16	176,48	176,80
Total carga proceso de fabricación	9.681,52	9.849,68	10.022,38	10.199,74	10.381,89	10.568,96	10.761,08	10.958,39	11.161,02	11.369,13
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	20.914,20	21.478,88	22.058,81	22.654,40	23.266,07	23.894,25	24.539,40	25.201,96	25.882,42	26.581,24
Depreciación de muebles y enseres	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Arriendos	6.000,00	6.162,00	6.328,37	6.499,24	6.674,72	6.854,94	7.040,02	7.230,10	7.425,31	7.625,80
Suministros de oficina	154,35	158,52	162,80	167,19	171,71	176,34	181,10	185,99	191,02	196,17

Depreciación equip. De computación	417,80	417,80	417,80	417,80	417,80	417,80	417,80	417,80	417,80	417,80
Servicios Básicos	1.090,20	1.119,64	1.149,87	1.180,91	1.212,80	1.245,54	1.279,17	1.313,71	1.349,18	1.385,61
Imprevistos 5%	1.434,33	1.472,34	1.511,38	1.551,48	1.592,65	1.634,94	1.678,37	1.722,98	1.768,79	1.815,83
Total gastos administrativos	30.120,88	30.919,18	31.739,03	32.581,02	33.445,75	34.333,82	35.245,87	36.182,55	37.144,51	38.132,45
VENTAS										
Personal de ventas	11.449,80	11.723,45	12.003,64	12.290,53	12.584,27	12.885,04	13.192,99	13.508,30	13.831,15	14.161,71
Publicidad y propaganda	1.320,00	1.355,64	1.392,24	1.429,83	1.468,44	1.508,09	1.548,80	1.590,62	1.633,57	1.677,68
Imprevistos 5%	638,49	653,95	669,79	686,02	702,64	719,66	737,09	754,95	773,24	791,97
Total gastos de ventas	13.408,29	13.733,04	14.065,68	14.406,38	14.755,35	15.112,78	15.478,88	15.853,87	16.237,95	16.631,36
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	2.193,75	1.968,75	1.743,75	1.518,75	1.293,75	1.068,75	843,75	618,75	393,75	168,75
Total gastos financieros	2.193,75	1.968,75	1.743,75	1.518,75	1.293,75	1.068,75	843,75	618,75	393,75	168,75
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	81.001,97	82.759,31	84.569,29	86.433,31	88.352,79	90.329,22	92.364,10	94.459,00	96.615,52	98.835,28

Fuente: Anexos del 3 al 22

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de Nuggets de Pollo.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro Nº 29, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 50% en función a la competencia.

C.U. = COSTO TOTAL / UNIDADES PRODUCIDAS

C.U. = 81.001,97 / 67.080

C.U. = 1,21

CUADRO 29

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD INSTALADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 50%	INGRESOS
1	81.001,97	67.080	1,21	1,81	121.503
2	82.759,31	72.670	1,14	1,71	124.139
3	84.569,29	78.260	1,08	1,62	126.854
4	86.433,31	83.850	1,03	1,55	129.650
5	88.352,79	89.440	0,99	1,48	132.529
6	90.329,22	95.030	0,95	1,43	135.494
7	92.364,10	100.620	0,92	1,38	138.546
8	94.459,00	106.210	0,89	1,33	141.689
9	96.615,52	106.210	0,91	1,36	144.923
10	98.835,28	106.210	0,93	1,40	148.253

FUENTE: Cuadro Nº 20
ELABORACIÓN: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

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

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

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

INGRESOS:

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

EGRESOS:

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

CUADRO 30

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	121.503	124.139	126.854	129.650	132.529	135.494	138.546	141.689	144.923	148.253
(-) Costo Total	81.001,97	82.759,31	84.569,29	86.433,31	88.352,79	90.329,22	92.364,10	94.459,00	96.615,52	98.835,28
(=) Utilidad Bruta Ventas	40.500,98	41.379,66	42.284,65	43.216,65	44.176,39	45.164,61	46.182,05	47.229,50	48.307,76	49.417,64
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	6.075,15	6.206,95	6.342,70	6.482,50	6.626,46	6.774,69	6.927,31	7.084,43	7.246,16	7.412,65
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	34.425,84	35.172,71	35.941,95	36.734,16	37.549,94	38.389,92	39.254,74	40.145,08	41.061,59	42.004,99
(-) 25% Impuesto a la renta	8.606,46	8.793,18	8.985,49	9.183,54	9.387,48	9.597,48	9.813,69	10.036,27	10.265,40	10.501,25
(=) Utilidad Neta	25.819,38	26.379,53	26.956,46	27.550,62	28.162,45	28.792,44	29.441,06	30.108,81	30.796,20	31.503,75
(-) 10% reserva Legal	2.581,94	2.637,95	2.695,65	2.755,06	2.816,25	2.879,24	2.944,11	3.010,88	3.079,62	3.150,37
(=) Utilidad Líquida	**23.237,44**	**23.741,58**	**24.260,82**	**24.795,55**	**25.346,21**	**25.913,19**	**26.496,95**	**27.097,93**	**27.716,58**	**28.353,37**

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

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

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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

COSTOS VARIABLES.- Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

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

CUADRO 31 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS						
COSTO PRIMO	**AÑO 1**		**AÑO 5**		**AÑO 10**	
	FIJOS	**VARIABLES**	**FIJOS**	**VARIABLES**	**FIJOS**	**VARIABLES**
Materia Prima Directa		9.968,65		11.089,66		12.669,82
Materia Prima Indirecta		4.777,44		5.314,68		6.071,96
Mano de Obra Directa		10.851,44		12.071,72		13.791,81
Total costo primo		25.597,53		28.476,06		32.533,59
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Mano de Obra Indirecta	6.024,00		6.701,42		7.656,30	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	711		711		711	
Depreciación de instalaciones	2.200,00		2.200,00		2.200,00	
Suministros de producción	194,4		216,26		247,08	
Depreciación de herramientas	178		178		178	
Amortización de activos diferidos	199,95		199,95		199,95	
Imprevistos 5%	174,17		175,26		176,8	
Total carga proceso de fabricación	9.681,52		10.381,89		11.369,13	
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	20.914,20		23.266,07		26.581,24	
Depreciación de muebles y enseres	110		110		110	
Arriendos	6.000,00		6.674,72		7.625,80	
Suministros de oficina	154,35		171,71		196,17	
Depreciación equip. De computación	417,8		417,8		417,8	
Energía Eléctrica		473,28		526,50		601,52
Agua Potable	304,92		339,21		387,54	
Consumo Telefónico	360,00		395,67		445,27	
Imprevistos 5%	1.434,33		1.592,65		1.815,83	
Total gastos administrativos	29.390,68	473,28	32.628,62	526,50	37.192,11	601,52
VENTAS						
Personal de ventas	11.449,80		12.584,27		14.161,71	
Publicidad y propaganda	1.320,00		1.468,44		1.677,68	
Imprevistos 5%	638,49		702,64		791,97	
Total gastos de ventas	13.408,29		14.755,35		16.631,36	
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	2.193,75		1.293,75		168,75	
Total gastos financieros	2.193,75		1.293,75		168,75	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION						
COSTOS TOTALES	54.979,16	26.070,81	59.398,82	29.002,05	65.748,54	33.135,11

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE:

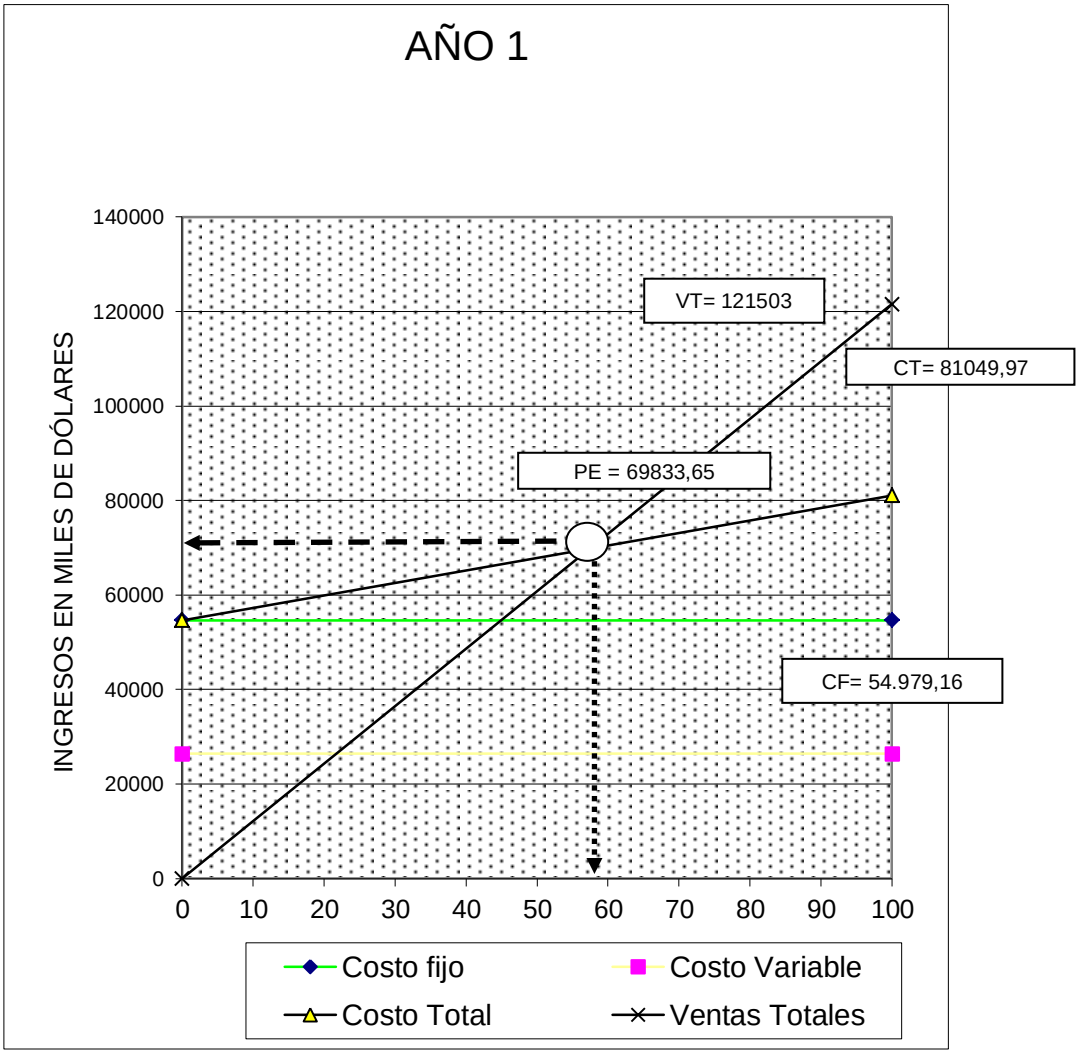
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{54.979,16}{121503,00 - 26070,81} * 100 = \boxed{\mathbf{57,47\%}}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{54.979,16}{1 - \frac{26070,81}{121503,00}} = \boxed{\mathbf{69833,65}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 57,47% y con un ingreso en las ventas de 69.833,65 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 5

MATEMÁTICAMENTE:

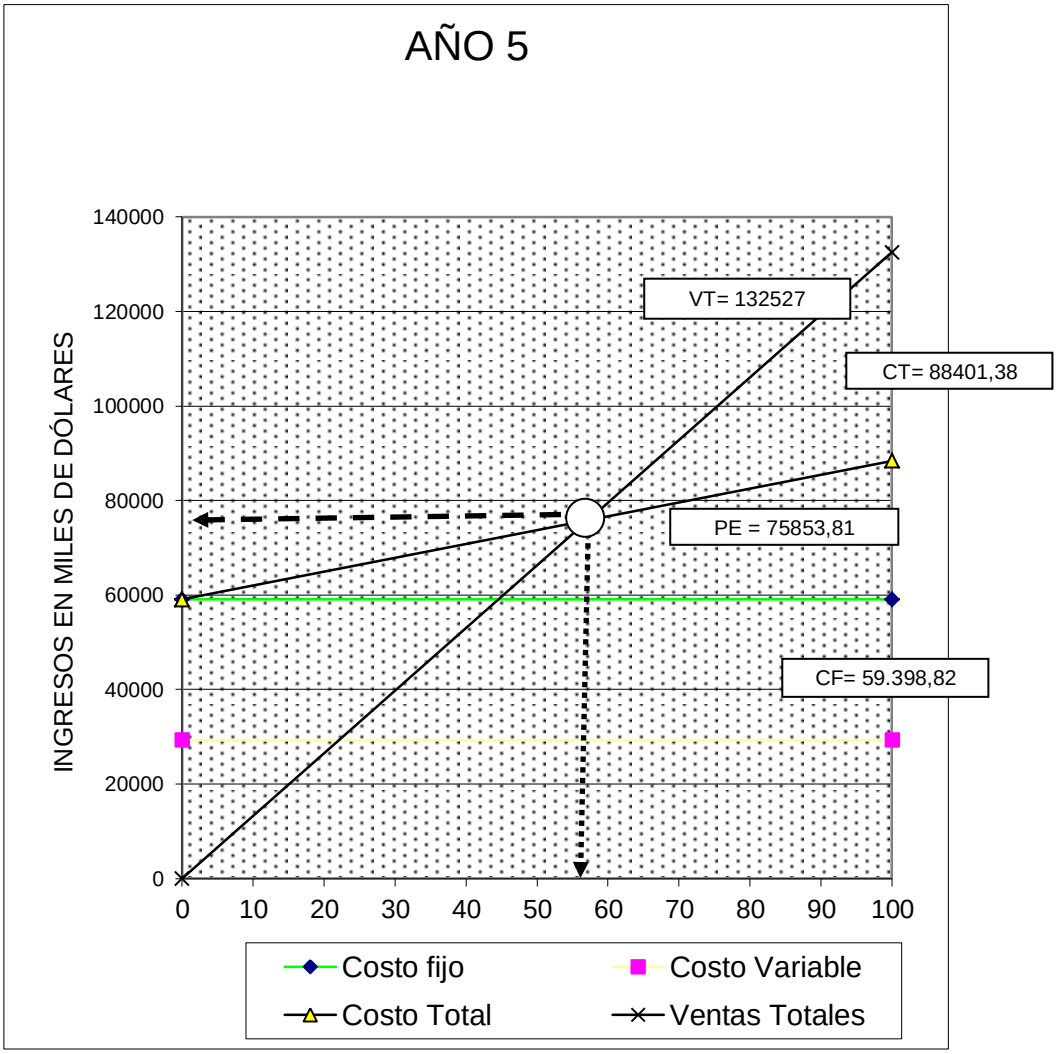
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{59.398,82}{132527,00 - 29.002,05} * 100 = \boxed{\mathbf{57,24\%}}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{59.398,82}{1 - \frac{29.002,05}{132527,00}} = \boxed{\mathbf{75853,81}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 57,24% y con un ingreso en las ventas de 75.853,81 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

AÑO 10

MATEMÁTICAMENTE:

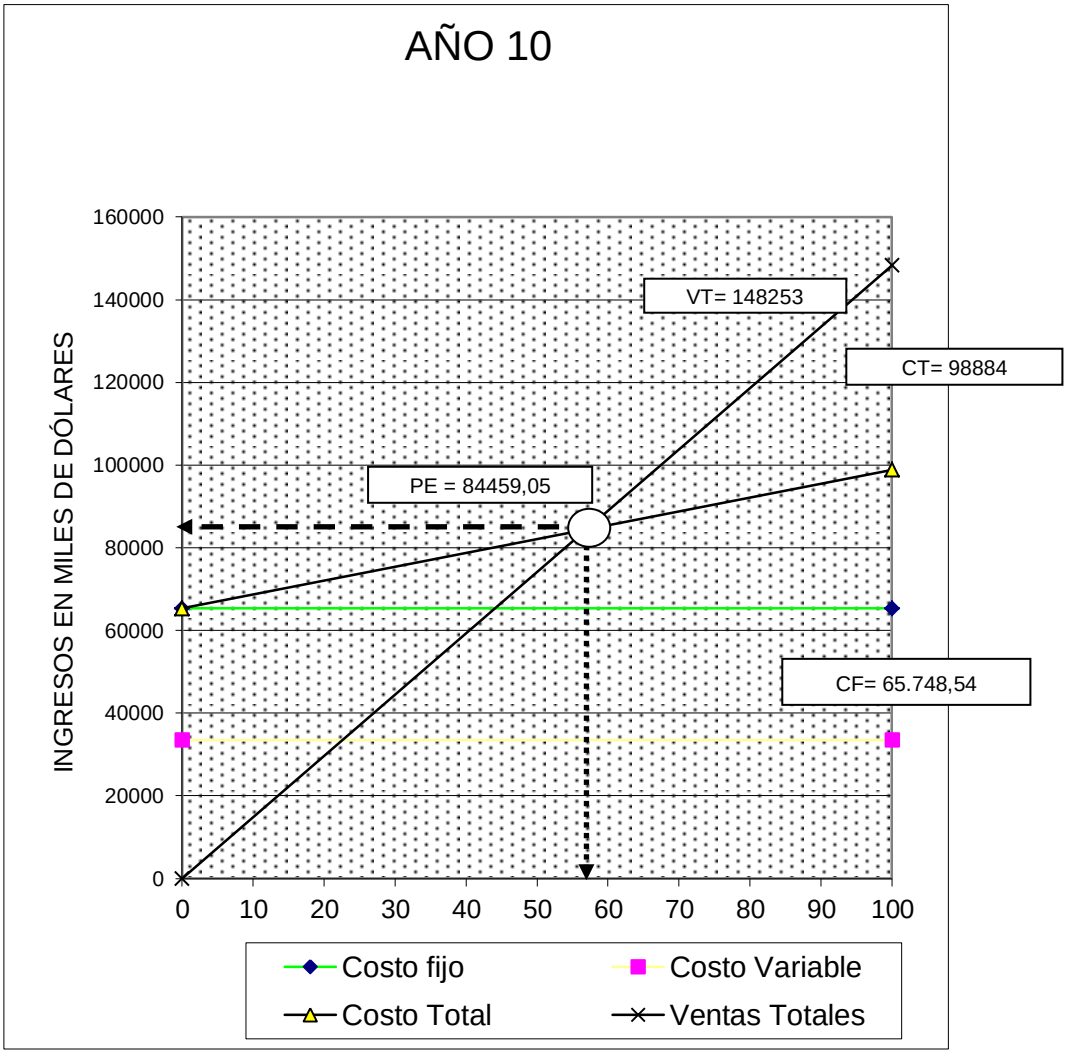
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{65.748,54}{148253,00 - 33.135,11} * 100 = \boxed{\mathbf{56,97\%}}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{65.748,54}{1 - \frac{33.135,11}{148253,00}} = \boxed{\mathbf{84459,05}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 56,97% y con un ingreso en las ventas de 84.459,05 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

FLUJO DE CAJA

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

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

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

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

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro 32 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO 32
FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	121.503	124.139	126.854	129.650	132.529	135.494	138.546	141.689	144.923	148.253
Valor Residual			**626,60**			715,14			814,10	1.524,33
TOTAL INGRESOS	**121.502,95**	**124.138,97**	**127.480,54**	**129.649,96**	**132.529,18**	**136.208,96**	**138.546,15**	**141.688,51**	**145.737,38**	**149.777,25**
EGRESOS										
Costo de Producción	81.001,97	82.759,31	84.569,29	86.433,31	88.352,79	90.329,22	92.364,10	94.459,00	96.615,52	98.835,28
Reinversiones				1.910,00			2.178,00			2215
EGRESOS	**81.001,97**	**82.759,31**	**84.569,29**	**88.343,31**	**88.352,79**	**90.329,22**	**94.542,10**	**94.459,00**	**96.615,52**	**101.050,28**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**40.500,98**	**41.379,66**	**42.911,25**	**41.306,65**	**44.176,39**	**45.879,75**	**44.004,05**	**47.229,50**	**49.121,86**	**48.726,97**
(-) 15% Utilidad Trabajadores	6075,15	6206,95	6436,69	6196,00	6626,46	6881,96	6600,61	7084,43	7368,28	7309,05
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	**34.425,84**	**35.172,71**	**36.474,56**	**35.110,66**	**37.549,94**	**38.997,79**	**37.403,44**	**40.145,08**	**41.753,58**	**41.417,92**
(-) 25% Impuesto a la renta	8606,46	8793,18	9118,64	8777,66	9387,48	9749,45	9350,86	10036,27	10438,39	10354,48
UTILIDAD LIQUIDA	**25.819,38**	**26.379,53**	**27.355,92**	**26.332,99**	**28.162,45**	**29.248,34**	**28.052,58**	**30.108,81**	**31.315,18**	**31.063,44**
Amortización de Diferidos	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95	199,95
Depreciaciones	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11	2.152,11
UTILIDAD NETA	**23.467,32**	**24.027,47**	**25.003,86**	**23.980,93**	**25.810,39**	**26.896,28**	**25.700,52**	**27.756,75**	**28.963,12**	**28.711,38**
FUJO NETO DE CAJA	**23.467,32**	**24.027,47**	**25.003,86**	**23.980,93**	**25.810,39**	**26.896,28**	**25.700,52**	**27.756,75**	**28.963,12**	**28.711,38**

VALOR ACTUAL NETO.

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

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

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

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

CUADRO 33
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	32.201,32		
1	23.467,32	0,869565217	20.406,36
2	24.027,47	0,756143667	18.168,22
3	25.003,86	0,657516232	16.440,44
4	23.980,93	0,571753246	13.711,18
5	25.810,39	0,497176735	12.832,33
6	26.896,28	0,432327596	11.628,00
7	25.700,52	0,37593704	9.661,78
8	27.756,75	0,326901774	9.073,73
9	28.963,12	0,284262412	8.233,13
10	28.711,38	0,247184706	7.097,01
			127.252,18
			32.201,32
			95.050,86

FA = 1 / (1 + i)n

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 127.252,18 32.201,32

VAN = 95.050,86

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

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

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

CUADRO 34
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		23.467,32	
2	32.201,32	24.027,47	47.494,79
3		25.003,86	72.498,65
4		23.980,93	96.479,58
5		25.810,39	122.289,97
6		26.896,28	149.186,25
7		25.700,52	174.886,77
8		27.756,75	202.643,52
9		28.963,12	231.606,64
10		28.711,38	260.318,03
		260.318,03	

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

$$PRC = 2 \quad \frac{32201{,}32 - 47494{,}79}{25003{,}86}$$

PRC = 1,39

		1	**Años**
0,39 * 12 =	4,66	**4**	**Meses**
0,66 * 30 =	19,81	**19**	**Días**

TASA INTERNA DE RETORNO

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

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

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

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

CUADRO 35
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 74,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 75,00%	VAN MAYOR
0			32.201,32		32.201,32
1	23.467,32	0,5747126437	13.486,96	0,5714285714	13.409,90
2	24.027,47	0,3302946228	7.936,14	0,3265306122	7.845,70
3	25.003,86	0,1898244959	4.746,35	0,1865889213	4.665,44
4	23.980,93	0,1090945379	2.616,19	0,1066222407	2.556,90
5	25.810,39	0,0626980103	1.618,26	0,0609269947	1.572,55
6	26.896,28	0,0360333392	969,16	0,0348154255	936,41
7	25.700,52	0,0207088156	532,23	0,0198945289	511,30
8	27.756,75	0,0119016182	330,35	0,0113683022	315,55
9	28.963,12	0,0068400105	198,11	0,0064961727	188,15
10	28.711,38	0,0039310405	112,87	0,0037120987	106,58
			345,30		**-92,85**

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

$$TIR = 74 + 1{,}00 \left(\frac{345{,}30}{438{,}14} \right)$$

$$TIR = 74 + 1{,}00 \left(0{,}79 \right)$$

$$TIR = 74 + 0{,}79 \left(\right.$$

TIR = 74,79 %

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.50) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.50 centavos de utilidad.

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

CUADRO 36
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	81001,97	0,8695652174	70436,49	121502,95	0,8695652174	105654,74
2	82759,31	0,7561436673	62577,93	124138,97	0,7561436673	93866,90
3	84569,29	0,6575162324	55605,68	126853,94	0,6575162324	83408,52
4	86433,31	0,5717532456	49418,52	129649,96	0,5717532456	74127,79
5	88352,79	0,4971767353	43926,95	132529,18	0,4971767353	65890,43
6	90329,22	0,4323275959	39051,81	135493,82	0,4323275959	58577,72
7	92364,10	0,3759370399	34723,09	138546,15	0,3759370399	52084,63
8	94459,00	0,3269017738	30878,82	141688,51	0,3269017738	46318,22
9	96615,52	0,2842624120	27464,16	144923,28	0,2842624120	41196,24
10	98835,28	0,2471847061	24430,57	148252,92	0,2471847061	36645,85
			438.514,03			657.771,04

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

$$R\ (B/C) = \frac{657771{,}04}{438514{,}03}$$

R (B/C) = 1,50 Dólares

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 33,27% en los costos y una disminución del 22,14% en los ingresos.

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

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

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 33,27% y en un 22,14%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

FORMULAS:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

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

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

CUADRO 37

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 33,27 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 33,27%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 42,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 43,00%	VAN MAYOR
0						32.201,32		32.201,32
1	81.001,97	107.951,32	121.502,95	13.551,63	0,7042253521	9.543,40	0,6993006993	9.476,66
2	82.759,31	110.293,34	124.138,97	13.845,63	0,4959333466	6.866,51	0,4890214680	6.770,81
3	84.569,29	112.705,50	126.853,94	14.148,44	0,3492488356	4.941,33	0,3419730546	4.838,39
4	86.433,31	115.189,67	129.649,96	14.460,29	0,2459498842	3.556,51	0,2391419962	3.458,06
5	88.352,79	117.747,76	132.529,18	14.781,42	0,1732041438	2.560,20	0,1672321652	2.471,93
6	90.329,22	120.381,75	135.493,82	15.112,08	0,1219747492	1.843,29	0,1169455701	1.767,29
7	92.364,10	123.093,64	138.546,15	15.452,51	0,0858977107	1.327,34	0,0817801189	1.263,71
8	94.459,00	125.885,52	141.688,51	15.802,99	0,0604913456	955,94	0,0571888943	903,76
9	96.615,52	128.759,50	144.923,28	16.163,78	0,0425995391	688,57	0,0399922338	646,43
10	98.835,28	131.717,78	148.252,92	16.535,14	0,0299996754	496,05	0,0279665971	462,43
						577,82		**-141,85**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 42{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{577{,}82}{719{,}67} \right) = \mathbf{42{,}80\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 74,79 - 42,80 = 31,99 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 31,99 / 74,79 = 42,77%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 42,77 / 42,80 = **0,999**

CUADRO 38

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 22,14 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 22,14%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 42,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 43,00%	VAN MAYOR
0						32.201,32		32.201,32
1	81.001,97	94.602,19	121.502,95	13.600,23	0,7042253521	9.577,63	0,6993006993	9.510,65
2	82.759,31	96.654,60	124.138,97	13.895,29	0,4959333466	6.891,14	0,4890214680	6.795,09
3	84.569,29	98.768,48	126.853,94	14.199,18	0,3492488356	4.959,05	0,3419730546	4.855,74
4	86.433,31	100.945,46	129.649,96	14.512,15	0,2459498842	3.569,26	0,2391419962	3.470,47
5	88.352,79	103.187,22	132.529,18	14.834,43	0,1732041438	2.569,39	0,1672321652	2.480,79
6	90.329,22	105.495,49	135.493,82	15.166,28	0,1219747492	1.849,90	0,1169455701	1.773,63
7	92.364,10	107.872,04	138.546,15	15.507,93	0,0858977107	1.332,10	0,0817801189	1.268,24
8	94.459,00	110.318,67	141.688,51	15.859,67	0,0604913456	959,37	0,0571888943	907,00
9	96.615,52	112.837,26	144.923,28	16.221,75	0,0425995391	691,04	0,0399922338	648,74
10	98.835,28	115.429,72	148.252,92	16.594,44	0,0299996754	497,83	0,0279665971	464,09
						695,38		**-26,88**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 42{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{695{,}38}{722{,}26} \right) = \mathbf{42{,}96\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 74,79 - 42,96 = 31,83 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 31,83 / 74,79 = 42,55%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 42,55 / 42,96 = **0,999**

h) CONCLUSIONES

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalo las siguientes:

- Después de haber realizado el estudio de mercado, he demostrado que existe una demanda que es no atendida en la provincia de El Oro.

- El estudio de mercado realizado en la provincia de El Oro, determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

- Nuestra provincia no cuenta con empresas que se dediquen a esta actividad.

- La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la provincia antes citada para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 146.729 libras de Nuggets de Pollo, de los cuales la empresa atenderá el 72,93% es decir 111.800 libras de Nuggets de Pollo.

- El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

- La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 95.050,86 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

- Para el presente proyecto la TIR es 74,79%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

- El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 4 meses y 19 días.

- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 32,27% y disminuidos en un 22,14%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

- En cuanto a los objetivos planteados que indica que es factible la implementación de una empresa productora de Nuggets de Pollo para la provincia de El Oro, fue comprobada, y adicionalmente

debemos indicar que cada uno de los objetivos planteados en el proyecto de investigación fueron desarrollados en el trabajo.

i) RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación es prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Para que la producción de Nuggets de Pollo tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.

- La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en nuestra provincia.

- La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.

- Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia con personas que trabajan informalmente, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.

j) BIBLIOGRAFÍA

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

ACHIG, Lucas., **Metodología de la Investigación Social**., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.

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

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

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

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

FOLLETO., **El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano**., Características y Perspectivas.

GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., **Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.

GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., **Biblioteca Práctica de Contabilidad**., Vol. 4., Ed. Grupo Océano.

KOLHER, Eric., **Diccionario para Contadores**., Edit. Limusa S.A., México., 1992.

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

MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977.

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

OROZCO, José., **Contabilidad General**., Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.

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

ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España.

SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada**., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

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

SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada**., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

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

k) ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN

TEMA:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO"

PROBLEMÁTICA:

La economía es muy importante para el desarrollo de todas las sociedades, en el caso de nuestro país, los últimos años ha tenido un reducido crecimiento empresarial, a través de su historia en lo que respecta a la producción ha existido una paralización debido a la falta de gestión empresarial, así como también del resultado de diferentes problemas como la vulnerabilidad política, inestabilidad económica.

Los procesos tradicionales de producción y comercialización los pequeños y medianos productores es otra de las causas del estancamiento empresarial, y la falta de un asesoramiento adecuado en cuando a la producción de sus terrenos ha ocasionado la disminución en la productividad por lo que se encuentran obligados a acudir a otra clase de industria, aplicando productos de procedencia Colombiana, Peruana y Chilena.

Lograr un desarrollo empresarial, plantea un dilema complejo en donde la meta de alcanzar altos rendimientos empresariales, contrasta con la necesidad de reducir el deterioro ambiental generado en el proceso productivo.

La Industria mantiene una evidente dependencia del mercado externo en cuanto al suministro de materias primas y tecnología. La organización jurídica empresarial sigue siendo en su mayoría primaria o individual.

La provincia de El Oro ha seguido en un eje de evolución pese a que posee una ubicación distante de los tradicionales polos de desarrollo, por lo que esta provincia no representa competencia alguna para las provincias más desarrolladas como Pichincha, Guayas y Azuay; dando paso a que sea netamente consumista, las pocas empresas existentes están enfocadas al Camarón y el Banano; además, la falta de conocimientos en la creación de empresas, sustento tanto teórico como práctico en administración de empresas, sumado a eso a la falta de apoyo gubernamental, poca inversión de capitales, no aprovechamiento de la materia prima que es llevada a otras provincia en vías de desarrollo.

Es por lo anteriormente mencionado, y ante el creciente número de coterráneos que abandonan el país en búsqueda de mejores oportunidades, víctimas como todos de una estructura de poder que favorece y encubre a pocos grupos, por ello es atractiva la idea de poner una empresa productora de Nuggets de Pollo, que permita aprovechar la materia prima existente en

la provincia como es el pollo, que se produce en gran cantidad en los cantones de Balsas, Marcabelí y Piñas y la gran cantidad de mercado existente en toda la provincia de El Oro.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“LA AUSENCIA DE INVERSIÓN Y CONOCIMIENTOS CIENTIFICOS EN ADMINISTRACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA CREACIÓN DE EMPRESA EN LA PROVINCIA DE EL ORO, NO PERMITE FOMENTAR FUENTES DE TRABAJO, QUEDANDO UN MERCADO INSATISFECHO, POR TAL RAZÓN SE DEBE FOMENTAR LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACIO QUE PERMITA SATISFACER LAS NECESIDADES DE ALIMENTACIÓN EN LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE EL ORO”

OBJETIVOS:

Objetivo General

“Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de nuggets de pollo empacado al vacío y su comercialización en la provincia de El Oro”.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación de este tipo de productos en los consumidores potenciales y reales en la provincia de El Oro.

- Ejecutar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño, ingeniería del proyecto, para obtener una eficiente comercialización de estos productos.
- Diseñar un estudio administrativo, acorde a los requerimientos de la nueva empresa
- Realizar un estudio económico, para establecer la inversión total del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera para determinar la rentabilidad de proyecto en estudio

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se van a utilizar algunos métodos, técnicas y procedimientos, cuya información permitirá organizar, ejecutar y establecer la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de Nuggets de Pollo empacados al vacío en la provincia de El Oro.

MÉTODOS

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizarán algunos métodos, que se describen a continuación:

EL MÉTODO INDUCTIVO.- es un proceso analítico sintético mediante el cual se partió del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

El cual se utilizará para analizar la problemática planteada y comparándola con los conceptos, temas y textos, que nos servirá de base para fundamentar el estudio teórico y conceptual del trabajo investigativo, se obtendrá las herramientas necesarias para sostener la validez del presente estudio.

EL MÉTODO DEDUCTIVO.- sigue un proceso sintético analítico, es decir contrario al anterior, se lo utilizará con el fin de lograr la comparación de los hechos investigados y compararlos con los conceptos, principios, definiciones leyes y normas generales, de las cuales se extraerán conclusiones y recomendaciones; y estas a su vez se aplicarán o se examinarán en los casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas, para luego con los resultados se establecerán las relaciones esenciales con el tema de estudio.

EL MÉTODO ESTADÍSTICO.- la utilización de este método permitirá la tabulación e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los consumidores y a los distribuidores de Nuggets de Pollo empacados al vacío en la provincia de El Oro, así mismo permitirá la representación gráfica de los mismos, para una mejor comprensión.

Los resultados se fundamentarán en técnicas estadísticas, de proyección, análisis y presentación de resultados

MÉTODO DESCRIPTIVO.- el cual permitirá describir los diferentes factores causantes de los efectos económicos y sociales.

TÉCNICAS

De igual manera se utilizará técnicas que nos permitirán recopilar información como son:

La técnica de la observación directa que permitirá determinar la situación actual de las empresas en la provincia de El Oro.

Otra técnica que se aplicará será la encuesta la misma que se aplicará a los posibles demandantes en un total de 156.845 familias de la provincia de El Oro, para obtener la información necesaria y conocer la oferta y la demanda

Determinación del Tamaño de La Muestra

El área de influencia comprende los habitantes de la provincia de El Oro que se la proyecta para el año 2012 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con lo cual se obtiene que la población total de estudio que es de 600.659 habitantes en el año 2010.

Para el cálculo de la población proyectada se parte del hecho de tener el censo del 2010 realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 2.20%:

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

En donde: pf = Población para 2012

po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

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

$pf = 600.659(1 + 0.022)^2$

pf = 627.379 población para el año 2012

Esta población se la divide para 4 miembros que conforman la familia, determinando que existen en la provincia de El Oro 156.845 familias.

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

FORMULA:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = margen de error

$$n = \frac{156.845}{1 + 156.845\ (0.05)^2}$$

n = 399 encuestas a familias de la provincia de El Oro

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 399, a las familias de la provincia de El Oro.

ANEXO Nº 2

ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EMPACADO AL VACIO Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE EL ORO"** para lo cual le solicito muy comedidamente ayudarme a contestar la siguiente encuesta:

DATOS GENERALES
Lugar donde vive .....
Parroquia .....
Cantón .....

1. CONSUME SU FAMILIA NUGGETS DE POLLO?

   SI ( )

   NO ( )

Porqué?.....
.....

2. QUE MARCA DE NUGGETS DE POLLO PREFIERE?

   ……..
   ……..
   ……..
   ……..

3. CUAL ES EL PRECIO AL QUE USTED ADQUIERE EL NUGGETS DE POLLO?

   .....
   …….
   .....
   …….

4. CON QUE FRECUENCIA Y QUE CANTIDAD CONSUME NUGGETS DE POLLO?

   Semanal ( )
   Mensual ( )
   Semestral ( )
   Anual ( )

5. EN QUE LUGAR USTED COMPRA LOS NUGGETS DE POLLO?

   Tiendas ( )
   Bodegas ( )
   Supermercados ( )
   Otros ( )

6. SI SE CREARA UNA EMPRESA PRODUCTORA DE NUGGETS DE POLLO EN LA PROVINCIA DE EL ORO. USTED COMPRARÍA EL PRODUCTO?

   SI ( )
   NO ( )

Porque?.....
.....

7. INDIQUE EL TIPO DE PRESENTACIÓN DE **ENVASE** QUE LE GUSTARÍA QUE TENGA EL NUEVO PRODUCTO?

   Pequeño 500 gr. ( )
   Mediano 750 gr. ( )
   Grande 1000 gr. ( )
   Otros ( )

8. QUE CARACTERÍSTICAS DESEARÍA QUE PRESENTE EL NUEVO PRODUCTO NUGGETS DE POLLO

   Calidad ( )

Buen Precio ( )

Calidad – Buen Precio ( )

9. CUALES SERÍAN LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD QUE PREFERIRÍA SE PROMOCIONE EL PRODUCTO.

TELEVISIÓN	**( )**	**RADIO**	**( )**
PRENSA ESCRITA	**( )**	**VALLAS**	**( )**
GIGANTOGRAFÍAS	**( )**	**OTROS**	**( )**

SUGERENCIAS:

……..……..

……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Pechuga de pollo	kilos	2.135,00	3,2000	6.832,00
Harina	libras	810,00	1,20	972,00
Huevos	unidades	600,00	0,15	90,00
Pan rayado	Gr.	4.165,00	0,21	874,65
Aliños	Gr.	1.200,00	1,00	1.200,00
TOTAL				9.968,65

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 3.A
PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	9.968,65
2	10.237,80
3	10.514,22
4	10.798,11
5	11.089,66
6	11.389,08
7	11.696,58
8	12.012,39
9	12.336,73
10	12.669,82

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 4
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15% APORTES IESS(12.15)	VACACIONES 1/24	REMUNERACION TOTAL
Obrero	340,00	28,33	28,33	41,31	14,17	452,14
Obrero	340,00	28,33	28,33	41,31	14,17	452,14
					TOTAL	904,29

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

ANEXO 4.A
PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	10.851,44
2	11.144,43
3	11.445,33
4	11.754,35
5	12.071,72
6	12.397,66
7	12.732,39
8	13.076,17
9	13.429,22
10	13.791,81

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 5
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15% APORTES IESS(12.15)	VACACIONES 1/24	REMUNERACION TOTAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	380,00	31,67	28,33	46,17	15,83	502,00
					TOTAL	502,00

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

ANEXO 5.A
PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	6.024,00
2	6.186,65
3	6.353,69
4	6.525,24
5	6.701,42
6	6.882,36
7	7.068,18
8	7.259,02
9	7.455,01
10	7.656,30

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 6
PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Máquina molino	1	3.800,00	3.800,00
Freidora continua	1	2.100,00	2.100,00
Selladora etiquetadora	1	2.000,00	2.000,00
TOTAL			7.900,00

FUENTE: Importadoras Locales y Nacionales
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 6.A
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

VALOR DEL ACTIVO: 7.900,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL **10% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	7.900,00	790,00		7.110,00
1	7.110,00		711	6.399,00
2	6.399,00		711	5.688,00
3	5.688,00		711	4.977,00
4	4.977,00		711	4.266,00
5	4.266,00		711	3.555,00
6	3.555,00		711	2.844,00
7	2.844,00		711	2.133,00
8	2.133,00		711	1.422,00
9	1.422,00		711	711,00
10	711,00		711	0,00

ANEXO 7

PRESUPUESTO DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Adec. e Instalaciones	m²	100,00	110,00	11.000,00
				11.000,00

FUENTE: Cámara de la Construcción de Machala
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 7 A
DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES

VALOR DEL ACTIVO: 11.000,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL **20% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	11.000,00	2.200,00		8.800,00
1	8.800,00		880	7.920,00
2	7.920,00		880	7.040,00
3	7.040,00		880	6.160,00
4	6.160,00		880	5.280,00
5	5.280,00		880	4.400,00
6	4.400,00		880	3.520,00
7	3.520,00		880	2.640,00
8	2.640,00		880	1.760,00
9	1.760,00		880	880,00
10	880,00		880	0,00

ANEXO 8
PRESUPUESTO PARA HERRAMINETAS

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Ollas	6	50,00	300,00
Envase Plástico	12	20,00	240,00
Kit de herramientas	2	200,00	400,00
Mesa de trabajo	4	210,00	840,00
TOTAL			1.780,00

FUENTE: Importadoras Locales y Nacionales
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 8.A
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO: 1.780,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL **10% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.780,00	178,00		1.602,00
1	1.602,00		160,2	1.441,80
2	1.441,80		160,2	1.281,60
3	1.281,60		160,2	1.121,40
4	1.121,40		160,2	961,20
5	961,20		160,2	801,00
6	801,00		160,2	640,80
7	640,80		160,2	480,60
8	480,60		160,2	320,40
9	320,40		160,2	160,20
10	160,20		160,2	0,00

ANEXO 9
PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Guantes	24	2,10	50,40
Mandiles	24	6,00	144,00
TOTAL			194,40

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 9.A
PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	194,40
2	199,65
3	205,04
4	210,58
5	216,26
6	222,10
7	228,10
8	234,26
9	240,58
10	247,08

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 10
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. KW	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo energía				
eléctrica	580	0,068	39,44	473,28
				473,28

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 10.A
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	473,28
2	486,06
3	499,18
4	512,66
5	526,50
6	540,72
7	555,32
8	570,31
9	585,71
10	601,52

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 11
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	CANT. M 3	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de agua				
potable	121	0,210	25,41	304,92
				304,92

FUENTE: Empresa Municipal de Agua Potable
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 11.A
PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	304,92
2	313,15
3	321,61
4	330,29
5	339,21
6	348,37
7	357,77
8	367,43
9	377,35
10	387,54

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 12
AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	19995,00	1.999,50	17.995,50
2	17.995,50	1.999,50	15.996,00
3	15.996,00	1.999,50	13.996,50
4	13.996,50	1.999,50	11.997,00
5	11.997,00	1.999,50	9.997,50
6	9.997,50	1.999,50	7.998,00
7	7.998,00	1.999,50	5.998,50
8	5.998,50	1.999,50	3.999,00
9	3.999,00	1.999,50	1.999,50
10	1.999,50	1.999,50	0,00

FUENTE: Cuadros Nº 22
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 13

PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15% APORTES IESS(12.15)	VACACIONES 1/24	REMUNERACION TOTAL
GERENTE	610,00	50,83	28,33	74,12	25,42	788,70
CONSERJE GUARDIAN	340,00	28,33	28,33	41,31	14,17	452,14
SECRETARIA CONTADORA	380,00	31,67	28,33	46,17	15,83	502,00
					TOTAL	1742,85

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

ANEXO 13.A
PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	20.914,20
2	21.478,88
3	22.058,81
4	22.654,40
5	23.266,07
6	23.894,25
7	24.539,40
8	25.201,96
9	25.882,42
10	26.581,24

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 14
PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	210,00	210,00
Sillón tipo gerente	1	180,00	180,00
Escritorio tipo Secreta	1	160,00	160,00
Silla giratoria	1	120,00	120,00
Sillas	10	22,00	220,00
Archivadores	1	50,00	50,00
Estantes	1	160,00	160,00
Total:			1.100,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 14.A
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

VALOR DEL ACTIVO: 1.100,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL **10% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.100,00	110,00		990,00
1	990,00		99	891,00
2	891,00		99	792,00
3	792,00		99	693,00
4	693,00		99	594,00
5	594,00		99	495,00
6	495,00		99	396,00
7	396,00		99	297,00
8	297,00		99	198,00
9	198,00		99	99,00
10	99,00		99	0,00

ANEXO 15

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE CÓMPUTO

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadoras	2	850,00	1.700,00
Impresora	2	90,00	180,00
Total:			1.880,00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 15.A
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO

VALOR DEL ACTIVO: 1.880,00

3 AÑOS DE VIDA ÚTIL 33,33% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.880,00	626,60		1.253,40
1	1.253,40		417,7986667	835,60
2	835,60		417,7986667	417,80
3	417,80		417,7986667	0,00

ANEXO 16
PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Papel bond	13000	0,006	78
Papel copia	7500	0,006	45
Lápices	50	0,2	10
Esferográficos	50	0,28	14
Otros 5%			7,35
Total			154,35

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 16.A
PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70 %
1	154,35
2	158,52
3	162,80
4	167,19
5	171,71
6	176,34
7	181,10
8	185,99
9	191,02
10	196,17

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 17

PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFÓNICO

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

ANEXO 17. A
PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	360,00
2	369,72
3	379,70
4	389,95
5	400,48
6	411,30
7	422,40
8	433,81
9	445,52
10	457,55

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 18
PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Prensa escrita local	60,00	720,00
Radio	50,00	600,00
		1.320,00

FUENTE: Medios de comunicación
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 18.A
PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	1320,00
2	1355,64
3	1392,24
4	1429,83
5	1468,44
6	1508,09
7	1548,80
8	1590,62
9	1633,57
10	1677,68

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 19
PRESUPUESTO DE ARRIENDO

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Arriendo	500,00	6.000,00
TOTAL		6.000,00

FUENTE: Precios comerciales
ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 19.A
PROYECCIÓN DE ARRIENDO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70 %
1	6.000,00
2	6.162,00
3	6.328,37
4	6.499,24
5	6.674,72
6	6.854,94
7	7.040,02
8	7.230,10
9	7.425,31
10	7.625,80

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 20
PRESUPUESTO PERSONAL DE VENTAS

NOMINA	SUELDO BASICO UNIFICADO	DECIMO TERCERO 1/12	DECIMO CUARTO 340/12	12,15% APORTES IESS(12.15)	VACACIONES 1/24	REMUNERACION TOTAL
Jefe de Ventas	380,00	31,67	28,33	46,17	15,83	502,00
Vendedor	340,00	28,33	28,33	41,31	14,17	452,14
					TOTAL	954,15

* 1% IECE Y SECAP 11,15%

ANEXO 20.A
PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	11.449,80
2	11.758,94
3	12.076,44
4	12.402,50
5	12.737,37
6	13.081,28
7	13.434,47
8	13.797,20
9	14.169,73
10	14.552,31

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

ANEXO 21
PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Envase plástico	65.520,00	0,06	3.931,20
Cartón	1.500,00	0,04	60,00
Etiqueta	65.520,00	0,012	786,24
TOTAL			4.777,44

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO 21.A
PROYECCIÓN PARA MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	4.777,44
2	4.906,43
3	5.038,90
4	5.174,95
5	5.314,68
6	5.458,18
7	5.605,55
8	5.756,90
9	5.912,33
10	6.071,96

FUENTE: Banco Central Inflación acumulada a diciembre 2013 (2,70%)

INDICE

Portada…….....i

Certificación……..ii

Autoría…….……..iii

Carta de Autorización……..……...iv

Dedicatoria……v

Agradecimiento……vi

a. Título……..1

b. Resumen..……...2

c. Introducción……..……8

d. Revisión de Literatura……...11

e. Materiales y Métodos……51

f. Resultados……..……57

g. Discusión……..……..70

h. Conclusiones……..……..……154

i. Recomendaciones……..……...157

j. Bibliografía……..……158

k. Anexos……..……..……...161

Índice……..……..……..185