



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TÍTULO

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE
FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTÁNEA DE 90GR. DE
LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A.
CIA. LTDA.” PARA EL NORTE DE QUITO”.**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA
COMERCIAL**

AUTORA:

KATYA PAULINA TAPIA VILLACIS

DIRECTOR:

Ing. GALO SALCEDO LÓPEZ

LOJA-ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

ING. GALO SALCEDO LÓPEZ

DIRECTOR DE TESIS

Certifica:

Que la presente tesis de grado titulado: "PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTÁNEA DE 90GR. DE LA EMPRESA "ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA." PARA EL NORTE DE QUITO", realizada por la Egresada Katya Paulina Tapia Villacis, ha sido dirigido y revisado en todo su proceso investigativo; cumpliendo con las disposiciones emanadas por la Universidad Nacional de Loja, razón por la cual se autoriza su presentación.

Loja, Noviembre del 2014



Ing. Galo Salcedo López
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

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

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

AUTORA: Katya Paulina Tapia Villacis

FIRMA:

CÉDULA: 171474365-3

FECHA: Loja, Noviembre de 2014

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

Yo, Katya Paulina Tapia Villacís declaro ser autora de la tesis Titulada **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTÁNEA DE 90GR. DE LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” PARA EL NORTE DE QUITO”**, como requisito para optar al grado de **Ingeniera Comercial**; autorizó al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los 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 24 días del mes de noviembre del dos mil catorce, firma la autora.

Firma: _____

Autora: Katya Paulina Tapia Villacís

Cédula: 171474365-3

Dirección: Quito, Barrio Chimbacalle (Calle Alpahuasi y Pedro Cobo)

Correo: katya2706@hotmail.com

Teléfono: 022653043

Celular: 0999757-429

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

Tribunal de Grado

Mg. Luis Quizhpe Salinas

Presidente del tribunal.

Mg. Edison Espinosa Bailón

Miembro del tribunal.

Mg. Carlos Rodríguez Armijos

Miembro del tribunal.

DEDICATORIA

A Dios por caminar junto a mí y permitirme hacer mi sueño realidad y permitirme compartir una de las etapas de superación académica más importante en mi vida; a mi Esposo por su incondicional apoyo a mi Hija por compartir junto a mí en todo momento y a mi madre por extenderme su mano y apoyarme en todo momento.

Katya Tapía Villacís

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia a la Carrera de Administración de Empresas en especial a los docentes por la formación académica, profesional y apoyo brindado a lo largo del pensum de estudios durante estos cinco años.

De manera especial mi gratitud al Ingeniero Galo Salcedo López, Director de Tesis; por su entereza, quien dirigió el desarrollo del presente trabajo de manera espléndida y en base a sus conocimientos profesionales.

A toda mi familia por su apoyo moral e incondicional durante la carrera universitaria; inmensas gracias por vuestra comprensión, tolerancia y por sobre todo por vuestras presencias en mi vida. A la Empresa “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” Por darme la oportunidad de compartir mis conocimientos en dicha empresa a los dueños por confiar en mi y abrirme sus puertas y darme la oportunidad de realizar mi tesis.

a. TÍTULO

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTÁNEA DE 90GR. DE LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” PARA EL NORTE DE QUITO”.

b. RESUMEN

El principal objetivo de este proyecto es el estudio para la creación de una Nueva Sucursal de Distribución exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa instantánea de 90gr. De la Empresa Oriental Industria Alimenticia O.I.A. Cia. Ltda para el Norte de Quito de la ciudad de Quito el mismo que ha impulsado para realizar el análisis de todos los aspectos que forman parte de esta investigación.

Se utilizaron diferentes métodos como el científico, deductivo, inductivo, analítico, además se utilizaron las técnicas de observación, entrevistas, encuestas realizadas a la población objeto de estudio.

Se determinó el estudio de mercado realizado en el Norte de la ciudad de Quito con una muestra de 399 personas y 203 comercializadores determinando los siguientes resultados: una demanda potencial 154.254 familias con una tasa de crecimiento de 4.2 %, demanda real 140.371 una demanda efectiva 105.279 y una demanda proyectada de 1.219.125. En cuanto a la oferta la cantidad de 18.420 y la demanda insatisfecha de 1.200.705 lo cual determinó que el proyecto es viable

En el estudio técnico estableció la macro y micro localización, tamaño e ingeniería del proyecto, diagramas de procesos, requerimientos técnicos como equipos, muebles, enseres.

Se realizó el estudio administrativo donde la empresa como una compañía de responsabilidad limitada, y, la estructura orgánica con niveles jerárquicos de las diferentes áreas a través de organigramas detallando las funciones de cada persona que formará parte de la empresa a través de manuales de funciones.

Se presenta el estudio financiero en el que se establece la inversión y el financiamiento mediante préstamo y aporte de los socios, requerimientos necesarios para poner en marcha el proyecto.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: VAN positivo 90,166.46; TIR 46.65; el tiempo para recuperar la inversión sería de 1 año 1 mes y 20 días; se determinó así mismo una relación beneficio costo de 1,50 finalmente se definió que el proyecto soportará hasta un incremento del 21,85% de los costos y una disminución hasta del 14,57% de los ingresos.

Entre las conclusiones y recomendaciones más relevantes tenemos que la implementación del proyecto es recomendable por los resultados obtenidos mediante la evaluación financiera.

ABSTRACT

The main objective of this project is the study for the creation of a New Branch of exclusive Distribution of Noodle instantaneous Short-soup of 90gr he/she Pastures. Of the Company Nutritious Oriental Industry or.I.To. Co.. Ltda for the North of I Remove of the city of I Remove the same one that has impelled to carry out the analysis of all the aspects that are part of this investigation.

Different methods like the scientist, deductive, inductive, analytic, were used the observation techniques they were also used, interviews, surveys carried out the population study object.

The market study was determined carried out in the North of the city of I Remove with a sample of 399 people and 203 comercializadores determining the following results: a potential demand 154.254 families with a rate of growth of 4.2%, it demands real 140.371 an effective demand 105.279 and a projected demand of 1.219.125. As for the offer the quantity of 18.420 and the unsatisfied demand of 1.200.705 that which determined that the project is viable

In the technical study it established the macro and micro localization, size and engineering of the project, diagrams of processes, technical requirements as teams, furniture, tackle.

He/she was carried out the administrative study where the company like a company of limited responsibility, and, the organic structure with hierarchical levels of the different areas through flowcharts detailing each person's functions that it will be part of the company through manuals of functions.

He/she shows up the financial study in which settles down the investment and the financing by means of loan and the partners' contribution, necessary requirements to start the project.

The financial evaluation presents the following results: Positive VAN 90166.46; TIR 46.65; the time to recover the investment would be of 1 year 1 month and 20 days; it was determined a relationship likewise I benefit cost of 1,50 finally he/she was defined that the project will support until an increment of 21,85% of the costs and a decrease until of 14,57% of the revenues.

Between the conclusions and more outstanding recommendations we have that the implementation of the project is advisable for the results obtained by means of the financial evaluation.

c. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador se ha visto un crecimiento en la creación de algunas industrias nacientes y crecientes, entre ellas empresas de consumo masivo, que se ha convertido en un hecho común y ha significado que el mercado en esta actividad económica se adapte a los constantes cambios que exige la colectividad en general.

El impulso de empresas productoras y comercializadoras, representan una alternativa viable que genera trabajo y satisfacción al mercado, aportando al desarrollo de la economía nacional en base al aprovechamiento de productos de consumo masivo que hoy en día la empresa "**ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.** Cuenta para satisfacer las necesidades de los Clientes como de los consumidores.

En cuanto a la viabilidad del negocio se puede ver que hay una gran oportunidad de crear y explotar este nicho de mercado, dado que el objetivo principal de esta propuesta consiste en atraer y mantener a los cientos de personas que constantemente buscan los productos que ofrece la empresa y que muchas veces tienen que salir a un comisariato para poder adquirir cuando la empresa lo puede dar el servicio hacia su local.

Por tal razón se realizó un Proyecto de Inversión para la implementación de una Sucursal de Distribución exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa

Instantánea de 90gr. De la Empresa “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” Para el Norte de Quito el Mencionado proyecto está encaminado a contribuir con el desarrollo socio-económico generando nuevas fuentes de empleo y brindando un producto de calidad nutricional con las más estrictas normas de higiene y salubridad.

El presente proyecto se encuentra encabezado por el **TÍTULO**, que describe el ámbito de todo el proyecto; continuando con el **RESUMEN** en castellano y traducido al inglés, en donde se engloba la síntesis del desarrollo de todo el trabajo, que contempla los objetivos, la metodología, técnicas y procedimientos a seguir para dar el cumplimiento de dichos objetivos, llegando de esta manera a determinar las principales conclusiones; para que el lector o lectores, tengan una idea clara del presente proyecto; la **INTRODUCCIÓN** en la que se evidencia la importancia del tema, el aporte y la estructura del proyecto; la **REVISIÓN DE LITERATURA** que contempla en marco referencial que está relacionada a las características del producto; y el marco conceptual que sintetiza y argumenta la fase del proyecto de inversión; en **LOS MATERIALES Y MÉTODOS** se describen las técnicas, procedimientos y materiales utilizados en el desarrollo del presente estudio; En la parte referente a los **RESULTADOS** se expone la tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a 399 personas y 203 comerciantes; seguido de la **DISCUSIÓN**, abarca desde el estudio de mercado que permitió determinar que existe una demanda (potencial, real, efectiva) aceptable que garantice el éxito del proyecto. Posteriormente se

realizó el plan de comercialización mediante el cual se detalló el producto, precio, publicidad, plaza con cada una de sus políticas y estrategias, que ayudan a optimizar el proceso productivo. El estudio Técnico contiene información referente a la demanda insatisfecha, capacidad instalada, la capacidad utilizada, el tamaño y localización adecuada de la Ingeniería del proyecto considerando los requerimientos óptimos para la producción. En el Estudio Organizacional, se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, conformado por un Manual de Funciones de cada uno de los funcionarios que conforman la empresa.

Estudio Financiero, en el que se sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y la elaboración de cuadros de presupuestos. Aplicando indicadores de medición, VAN, TIR, B/C, Recuperación de Capital entre otros. A través de los resultados obtenidos se permite recomendar la implementación del proyecto desde el punto de vista económico. Finalmente se plantean las **CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES**, las cuales reflejan en forma clara los resultados obtenidos durante el estudio del proyecto; la **BIBLIOGRAFÍA** que detalla las fuentes de consulta sobre la temática investigada y en **ANEXOS** se incluyen el formato de las encuestas que se empleó en el estudio de mercado.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

PASTA o FIDEO

El Fideo o Pasta es el que se utiliza para designar a un tipo de alimento hecho en base a algún tipo de harina en combinación con líquidos como agua, aceite o huevos y saborizantes o colorantes. La pasta obtiene este nombre del hecho de que, antes de ser trabajada, cocinada y consumida, su forma es la de una pasta más o menos elástica, suave, tierna y muy noble. La pasta puede convertirse tanto en fideos como los spaghetti.

GRAFICA 1



FUENTE: <http://www.google.com.ar/search?q=fideos>
ELABORACION : La Autora

La **pasta** es un alimento hecho a base de harinas de trigo y otros elementos en menor cantidad (como sodio) el cual podemos definir como una fuente alta de carbohidratos en nuestra **dieta** (cabe señalar que la dieta ideal debe de contener un mayor número de carbohidratos que de proteínas y grasas), se exalta su bajo contenido de grasas y sus grandes propiedades en el organismo.

Posiblemente también una combinación ideal con otros elementos (como verduras, hortalizas, entre otros) pueda maximizar las propiedades nutritivas de las pastas (esto es debido a la añadidura de fibras, vitaminas y minerales). Ahora bien la pasta por si sola contiene **vitaminas E y B** (en muchas ocasiones encontraremos que están adicionadas y enriquecidas), además de contener un porcentaje aceptable de fibras.

“Entre los beneficios que podemos encontrar en este tipo de alimento contamos:

- Su capacidad para bajar a los **niveles de colesterol** (esto debido a sus bajos niveles de grasas).
- En las cantidades adecuadas ayuda a mantener el peso corporal en equilibrio.
- Por su contenidos en fibra e hidratos de carbono está indicado para ayuda a contrarrestar ciertos tipos de cáncer, esto gracias a que detiene

los crecimiento celulares en casos de cáncer rectal y a sus niveles de fibra.

- En casos de diabetes ayuda a regular niveles de azúcar en las sangre (esto es debido q que contiene almidones).
- Es altamente asimilable, esto quiere decir que todas sus propiedades son aprovechadas por el organismo ya que no se desechan los nutrientes por la facilidad al digerirla”.¹

Tablas de información nutricional del Fideo - Pasta:

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de la pasta así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales de la pasta. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Calorías				359 kcal.
Grasa				1,58 g.
Colesterol				0 mg.
Sodio				7 mg.
Carbohidratos				70,90 g.
Fibra				5 g.
Azúcares				2,60 g.
Proteínas				12,78 g.
Vitamina A		0 ug.	Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12		0 ug.	Calcio	24 mg.
Hierro		1,80 mg.	Vitamina B3	4,40 mg.

Fuente: <http://alimentos.org.es/politica-privacidad>

ELABORACION : La Autora

¹ (Ardá, Rosa,2006,p.206)

La cantidad de los nutrientes que se muestran en las tablas anteriores, corresponde a 100 gramos de este alimento.

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

CONCEPTO:

“Empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objeto de obtener UTILIDADES a través de su participación en el mercado de bienes o servicios”.²

IMPORTANCIA

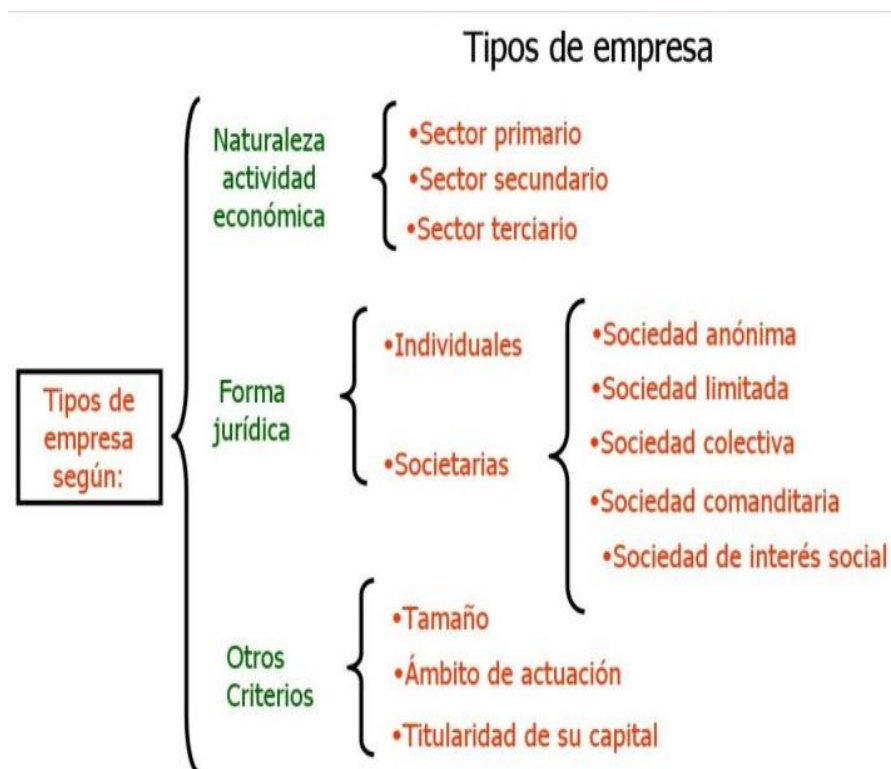
La principal virtud que tiene una empresa es la satisfacción de necesidades básicas para cumplir una demanda de un tipo en particular de clientes, obteniéndose una Finalidad de Lucro muy superior a la que se podría obtener por cada uno de sus miembros en forma individual; teniendo como finalidad principal tener una mejor Organización de los Recursos, para poder obtener un mayor beneficio tanto económico como productivo, teniendo distintos Sectores Empresariales que consisten en áreas destinadas a tareas específicas, donde los Obreros u Empleados Operarios son los que tienen el

² VARELA, Rodrigo. "Innovación Empresarial", Bogotá, Colombia. PrenticeHall. 2001

contacto con la materia prima o los clientes (dependiendo del sector de comercialización donde se aplique la empresa) mientras que por otro lado tenemos el Área Administrativa que es la encargada de controlar y gestionar las actividades.

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS

Las Empresa se clasifican según la actividad económica que se desarrollan:



- **Empresas del Sector Primario :** (son lo que obtienen los recursos a partir de la naturales, como por Ejemplo: Las Agrícolas, Pesqueras o ganaderas)

- **Empresas del Sector Secundario** : son las dedicadas a la transformación de bienes como por Ejemplo: Las Industriales y de la Contrucción)
- **Empresas del Sector Terciario** : (Son Empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Otras clasificación es de acurdo a su Forma Juridica.

- **Empresas Individuales:** (son las que pertenecen a una sola persona)
- **Empresas Societarias:** (son las conformadas por varias personas)

En este último grupo, las sovidades a su vez pueden ser:³

- ✓ Anonimas
- ✓ Responsabilidad Limitada
- ✓ Economía Social (Cooperativas)

PROYECTO:

CONCEPTO

Se designa con el término de proyecto al plan y disposición detallados que se dispone para la ejecución de una determinada cosa o cuestión. El mismo consiste en un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas que

³ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION: Aguilera R., Sepúlveda F

se enfocarán en el logro de aquellos objetivos específicos propuestos al comienzo y que estarán sujetos a un presupuesto y a un período de tiempo determinado, con la finalidad de encontrar una respuesta adecuada al planteamiento de una necesidad humana por ejemplo alimentación, empleo, vivienda, recreación, educación, salud, política, defensa, cultura.⁴

IMPORTANCIA:

Todo proyecto involucra un desarrollo enfocado principalmente en el bienestar humano como:

- Un trabajo socialmente productivo, que haga sentir a los individuos útiles a la sociedad y a ellos mismos.
- Un nivel de ingreso satisfactorio y equitativo.
- Un nivel adecuado de alimentación y nutrición.
- Un nivel adecuado de vivienda.
- Un nivel adecuado de educación y cultura para que los individuos puedan comprender la realidad económico-social y política que les rodea y les permita mejorar continuamente sus conocimientos.
- Un nivel adecuado en salud y protección social.
- Un nivel adecuado de participación social y política para que todos los individuos puedan influir en las decisiones que afectan su vida. Además, dicho proceso de desarrollo debe permitir al entorno o área de influencia

⁴ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

del proyecto, mantener un control eficiente de sus propios recursos, una independencia en sus decisiones y preservar el medio ambiente para las futuras generaciones.

CLASIFICACIÓN:

Existen diversas maneras de clasificar los proyectos, o de generar una tipología mediante la cual se logre dar orden o agrupar los proyectos de manera lógica y congruente⁵:

Según su carácter: Los proyectos se pueden clasificar en:

Sociales: Cuando la decisión de realizarlo no depende de que los consumidores o usuarios potenciales del producto, puedan pagar íntegramente o individualmente los precios de los bienes o servicios ofrecidos, que cubrirá total o parcialmente la comunidad en su conjunto, a través del presupuesto público de sistemas diferenciales de tarifas o de sus subsidios directos.

Económico: Según esta clasificación un proyecto tiene carácter económico cuando sus posibilidades de implementación y operación dependen de una demanda real en el mercado del bien o servicio a producir, a los niveles del precio previsto. En otros términos, cuando el proyecto solo obtiene una

⁵ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

decisión favorable a su realización si puede demostrar que la necesidad que genera el proyecto está respaldada por un poder de compra de la comunidad interesada, que permita una rentabilidad mínima al capital comprometido por los inversionistas en el mismo. Existiendo de esta manera ánimo de lucro.

Según su categoría

Producción de bienes. Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos extractivos de la pesca, de la agricultura y de la actividad pecuaria.

De servicios: Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional individual o a través de instituciones. Dentro de esta categoría se incluyen los proyectos de investigación tecnológica o científica, de comercialización de los productos de otras actividades y de servicios sociales, no incluidos en los proyectos de infraestructura social.

De infraestructura. Se puede encontrar proyectos de infraestructura social o económica. Los de infraestructura social están dirigidos a atender necesidades básicas en la población, tales como: Salud, Educación, Recreación, Turismo, Seguridad Social, Acueductos, Alcantarillados, Vivienda y Ordenamiento espacial urbano y rural. Los de infraestructura económica. Se caracterizan por ser proyectos que proporcionan a la

actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general, tales como: Energía eléctrica, Transporte y Comunicaciones. Incluyen los proyectos de construcción, ampliación y mantenimiento de carreteras, Ferrocarriles, Aeropuertos, Puertos y Navegación; Centrales eléctricas y sus líneas y redes de transmisión y distribución; Sistemas de telecomunicaciones y sistemas de información⁶.

Según el sector de la economía al cual están dirigidos los Proyectos

Agropecuarios. Dirigidos al campo de la producción animal y vegetal; las actividades pesqueras y forestales; y los proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemático.

Manufactureros. Empresas dedicadas a la transformación, fabricación o elaboración de productos. Empresas dedicadas a construir, o procesar bienes.

De infraestructura. Igual clasificación que la anterior.

De servicios. O sector terciario es el sector económico que engloba todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades

⁶ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

de la población. Incluye subsectores como transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

Comercial: proyectos dedicados a la creación de empresas dedicadas a la compra y venta de productos⁷.

Según el objetivo

Primarios: (Extracción)

Agrícolas, Pecuarios, Mineros, Pesqueros o Forestales.

Secundarios: (Transformación)

Bienes de consumo final, intermedios o de capital. Proyectos de Prestación de Servicios. Pueden ser: De Infraestructura Física. En estos se incluyen los transportes, las comunicaciones, el riego y la recuperación de tierras, la energía eléctrica, el saneamiento y las urbanizaciones.

Infraestructura Social. Comprende la Salud, la educación y la Vivienda y la organización social (administración pública y seguridad nacional). Otros

⁷ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

servicios. Se incluye la distribución, el financiamiento, la información y el esparcimiento.

Proyectos de Investigación. Se divide en dos: Investigación en Ciencias. Pueden ser ciencias exactas, naturales o sociales. Investigación Aplicada. Puede estar relacionada con recursos naturales, con procesos de transformación (tecnología) o con procesos de decisión (organización)⁸.

INVERSIÓN

CONCEPTO

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.

Para la economía y las finanzas las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial.

⁸ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

Toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad. Un riesgo en la medida en que la devolución del dinero invertido no está garantizada, como tampoco las ganancias. Una oportunidad en tanto el éxito de la inversión puede implicar la multiplicación del dinero colocado.

PROYECTO DE INVERSION:

CONCEPTO

“El proyecto de inversión es un proyecto sistemático que permite identificar, medir y valorar los costos y beneficios relevantes asociados a una decisión de inversión, para emitir un juicio objetivo sobre la conveniencia de su ejecución desde distintos puntos de vista: económicos, privados o sociales”.⁹

Los proyectos de inversión surgen como respuesta a determinadas necesidades humanas y su éxito depende de la importancia de la necesidad a satisfacer. Desde el punto de vista empresarial, lo que interesa es la posibilidad de que dicho valor corresponda a una determinada capacidad y disposición a pagar; a fin de que exista generación de beneficios para financiar los costos económicos. Si alguien está dispuesto a pagar por el bien o servicio, y existe un mercado donde negociar el producto, esta disposición debería reflejarse en el precio, que constituiría entonces un indicador de valor que al multiplicarse por las unidades potenciales de venta, permitirá obtener el ingreso por ventas del proyecto, una de las variables

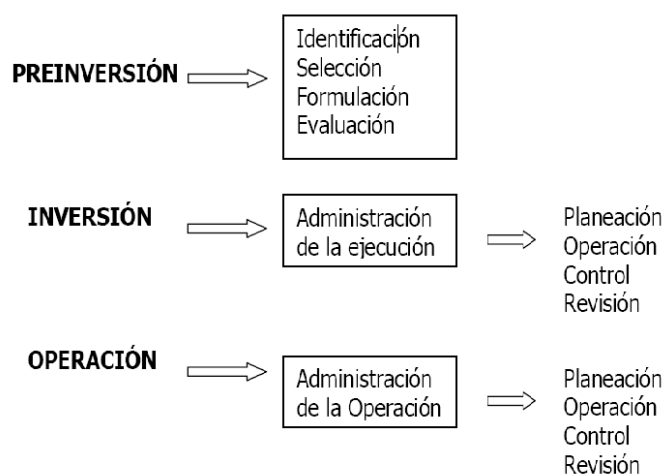
⁹ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION: Aguilera R., Sepúlveda F

claves en la decisión de emprender o no una inversión desde un punto de vista privado. Hacer un proyecto tiene sus ciclos, es decir, etapas sucesivas que abarcan el nacimiento, desarrollo y extinción de un proyecto de inversión¹⁰.

CICLOS DE VIDA DE LOS PROYECTOS:

“Todo proyecto desde el más simple hasta el más complejo presenta fases bien definidas Durante su ciclo vital”.¹¹

FIGURA 2. CICLO DEL PROYECTO



PREINVERSION:

“Fase de definición de proyectos y planes de negocio, niveles de profundidad de los proyectos, matriz planificación objetivos del plan de mercados,

¹⁰ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION: Aguilera R., Sepúlveda F

¹¹ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

criterios de selección de los canales de distribución, la estrategia y las alternativas de financiación.

El estudio de preinversión de un proyecto productivo debe contener los elementos suficientes para demostrar que es viable tanto el punto de vista técnico como el económico. Debido a esto también se le conoce como estudios de factibilidad técnica y económica. Estos estudios parciales son:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio financiero.
4. Repercusión económica”.¹²

FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSION:

“Es la Fase del Ciclo de vida en la que los proyectos son estudiados y analizados con el objetivo de obtener la información necesaria para la toma de decisiones de inversión. Este proceso de estudio y análisis se realiza a través de la preparación y evaluación de proyectos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada, en base a la cual se debe programar la inversión.

Las etapas de la fase de preinversion son:

¹² PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

- ✓ Estudio de perfil
- ✓ Estudio de prefactibilidad
- ✓ Estudio de factibilidad¹³

ESTUDIO DE PERFIL:

Constituye el primer estudio de la idea de un proyecto y deberá como mínimo contar con los siguientes elementos:

1. Diagnóstico preliminar de la situación que motiva considerar el proyecto, que permita identificar la necesidad insatisfecha, el problema a solucionar o la potencialidad a desarrollar con el proyecto. Este diagnóstico debe incluir un análisis básico de la población beneficiaria, la localización del proyecto, su entorno económico, los servicios básicos existentes, la accesibilidad de la zona, los indicadores de servicio, y la información adicional relevante para conocer las características que tendrá el proyecto.
2. Descripción preliminar de los principales aspectos técnicos del proyecto, como ser sus componentes, su capacidad, dimensionamiento, etc.
3. Identificación y estimación de los beneficios y costos (de inversión y operación) del proyecto, así como su posible financiamiento.

Las conclusiones resultantes del estudio, deben recomendar alguna de

¹³ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

las siguientes decisiones:

- ✓ Abandonar la idea de proyecto analizada.
- ✓ Postergar el estudio de la idea de proyecto analizada”.¹⁴

ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD:

“El objeto de la prefactibilidad consiste en progresar sobre el análisis de las alternativas identificadas, reduciendo la incertidumbre y mejorando la calidad de la información. Se busca seleccionar la alternativa óptica.

Aquí se profundizan los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, socioeconómico y financiero por las alternativas aprobadas en la fase anterior. A este nivel, el proyectista debe procurar homogeneidad en los estudios de todas las alternativas, evitando concentrarse en la que él considere mejor.

Como parte de las herramientas de decisión, en esta fase suele efectuarse la declaración de efectos ambientales. La calificación ambiental de las alternativas definirá el alcance de los estudios que se exijan posteriormente. Con base en los diversos estudios, el equipo interdisciplinario de evaluación debe hacer un análisis para definir cuál es la alternativa óptima.

¹⁴ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

La preparación del proyecto no deberá seguir adelante con los estudios de factibilidad hasta tanto no haya recibido del equipo de evaluación, la especificación de la mejor alternativa. En el caso en que se determine que no hay alternativas atractivas, el proyecto podrá ser descartado”.¹⁵

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD:

“La fase de factibilidad busca generar una decisión definitiva sobre la realización del proyecto y la definición detallada de los aspectos técnicos así como el cronograma de actividades. En esta fase, es necesario que el proyectista profundice en el análisis de la mejor alternativa, recurriendo al levantamiento de información primaria para los diversos estudios del proyecto.

Con base en los resultados de estos estudios, el grupo interdisciplinario de formulación y evaluación determina la viabilidad de la alternativa seleccionada en todos sus aspectos. En esta etapa tan avanzada, el rechazo de un proyecto debe ser la excepción, y no la regla, siempre y cuando las primeras etapas del ciclo se hayan cumplido cabalmente. En caso de ser necesario, se podría recomendar la reprogramación de inversiones o el redimensionamiento del proyecto, sujeto a la revisión de posibles cambios en los beneficios y costos cuantificados y no cuantificados. Se podría recomendar el desastre de la alternativa Seleccionada y la reconsideración

¹⁵ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

de laguna alternativa que se había analizado en la fase de pre – factibilidad. Una vez definidos los resultados, se puede proceder a la elaboración del informe de valuación el cual se presentará al inversionista. Como se puede apreciar el trabajo de la evaluación en la etapa de formulación y preparación se basa en la proyección de actividades, costos y logros esperados y, por lo tanto, suele ser llamada evaluación ex– ante"¹⁶.

ETAPAS DE INVERSION:

“Son todas las acciones tendientes a ejecutar físicamente el proyecto tal y como ha sido especificado en el documento producto de la preinversión, a fin de concretar los beneficios netos estimados en la misma.

Es la etapa en que se ejecutan los proyectos seleccionados y priorizados en la preinversión y que se les asignó recursos. En esta fase se utilizan recursos financieros y se efectúan desembolsos para la contratación de mano de obra, compra de maquinaria y equipo; terrenos, construcción de infraestructura e instalación de equipo, entre otros. En los proyectos sociales, es el momento donde se realizan cada una de las actividades programadas para alcanzar el objetivo.

Esta fase comprende las siguientes etapas:

¹⁶ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

1. Estudios definitivos.
2. Ejecución y montaje.
3. Puesta en marcha”.¹⁷

ETAPAS DE OPERACIÓN:

“La ejecución de un proyecto es la etapa en la que se hacen la mayor parte de las inversiones necesarias es seguida por la etapa de operación o funcionamiento, en esta fase los recursos humanos, técnicos y administrativos son orientados hacia la producción de un bien o hacia la prestación de un servicio, que constituye el objeto social permanente de la empresa. En la etapa de operación se presente el ciclo típico de la acción administrativa: planeación, acción y control.

La actividad principal y el eje central del proceso obviamente es la acción, que es precedida por el planeamiento que determina el mejor curso a seguir y antecede a la fase de control, que verifica que la acción se ejecute de acuerdo al plan, y dado que el control identifica nueva información nos conduce a la revisión e implantación de nuevos planes, determina el inicio de un nuevo ciclo.

Por otro lado las actividades rutinarias de operación de un proyecto se pueden agrupar en áreas funcionales: producción, finanzas, ventas, talento

¹⁷ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION:Aguilera R.,Sepulveda F.

humano, investigación y desarrollo y otras dependiendo del tipo de empresa, funciona armónicamente en el cumplimiento de su función social”.¹⁸

ETAPAS DE EVALUACION DE RESULTADOS:

“La evaluación de resultados es un proceso que tiene por finalidad detectar desviaciones respecto de lo planificado (objetivos y metas), estudiar las causas que las originan e implementar acciones correctivas y ajustes necesarios.

Esta tarea debe ser ejecutada por la alta gerencia, la cual debe evaluar si las cosas se están haciendo bien o no, y definir las acciones a tomar en cada caso. La ejecución de la estrategia no es un proceso fácil, requiere de mucho esfuerzo y aprendizaje, por lo tanto, es normal que las empresas realicen ajustes en sus planes estratégicos”.¹⁹

MERCADO

El mercado es el lugar en donde confluye la oferta y la demanda buscando los primeros obtener rentabilidad en base a la comercialización de sus productos y servicios y los segundos a satisfacer sus necesidades.

¹⁸ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

¹⁹ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

Al Ries define al mercado como: **“El mercado es un lugar intangible donde confluye la Oferta y la Demanda produciendo la transacción de bienes y Servicios para cubrir las necesidades de los consumidores”**.²⁰

El mercado se conforma por el conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores, estableciendo en función de regulaciones que fomenten el equilibrio entre el ingreso y el gasto.

DEMANDA.

Se denomina Demanda al conjunto de personas naturales o jurídicas que comparten una misma necesidad que puede ser satisfecha mediante un producto o servicio determinado.

Al Ries indica en la Guerra de la Mercadotecnia que la demanda se conforma en función de las necesidades del ser humano, misma que nacen en el momento mismo del nacimiento de cada persona.

De esta manera, se entiende que la demanda está conformada por las personas que teniendo una necesidad buscan productos y servicios en el mercado nacional e internacional y que incentivan a la producción y al crecimiento económico de los países.

²⁰ (Al Ries,2008)

TIPOS DE DEMANDA EXISTENTES:

DEMANDA PORTENCIAL

La demanda potencial es la cantidad de Clientes existentes en el mercado que producto o su necesidad pueden ser clientes de la Empresa que está desarrollada.

DEMANDA REAL:

La Demanda real es la Cantidad de Clientes dentro del mercado que han optado por adquirir los productos o servicios que la Empresa provee. Establece de esta manera, la captación de clientes del mercado.

DEMANDA EFECTIVA:

La Demanda Efectiva es la cantidad de un bien que los consumidores desean y pueden adquirir a un Precio dado en un momento determinado.

DEMANDA INSATISFECHA:

Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada

OFERTA:

La Oferta está conformada por un conjunto de Empresas y personas naturales que a través de sus actividades ponen a disposición del mercado un conjunto de bienes y servicios en relación a las necesidades existentes.

De esta manera, se entiende que la oferta presenta al mercado diferentes bienes y servicios orientados a satisfacer las necesidades puntuales existentes en el ser humano.

Mario Sánchez en su libro de Desarrollo Empresaria dice:

“La Oferta se conforma por la cantidad de servicios y productos disponibles en el mercado que se orientan a satisfacer las necesidades del hombre”.

PLAN DE COMERCIALIZACION:

El Plan de Comercialización es una estructura conformada por una serie de objetivos, estrategias y actividades que orientan cada acción que permita cumplir con los siguientes requerimientos:

- ✓ Brindar información sobre la existencia de productos y servicios al mercado objeto.

- ✓ Establecer mecanismos para que el mercado objetivo pueda identificar una marca o un producto.
- ✓ Dar un acercamiento del producto al mercado Objetivo.
- ✓ Permitir un efectivo proceso de Ventas.
- ✓ Establecer acciones que fomenten el liderazgo.

Con el Plan de Comercialización es un instrumento útil que nos permite determinar las acciones y el presupuesto requerido para cumplir objetivos que fomenten el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Para su desarrollo del Plan de Comercialización se debe de contar con la información referente a los GUSTOS y PREFERENCIAS del Consumidor, a fin de poder orientar cada acción a su satisfacción.

PRODUCTO:

Un producto es, cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas". El producto tiene tres aspectos básicos que son:

- ✓ Características del producto: **¿QUE ES?**
- ✓ Funciones: **¿QUE HACE?**
- ✓ Beneficios: **¿QUE NECESIDADES SATISFACEN?**

Por lo que es muy necesario saber las NECESIDADES y DESEOS de los Clientes, porque es el componente más destacado para agregar valor a nuestro producto:

PRECIO:

El precio es el valor que tiene un producto o servicio en el mercado. Su determinación se fija en base al análisis de varios factores que se detallan a continuación:

- ✓ **Costos:** Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Esto es aplicable tanto a empresas industriales, de servicios o que comercializan productos fabricados por terceros.
- ✓ **Precios de los competidores:** El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo, aun cuando se venda el mismo producto.
- ✓ **Percepción de los clientes:** Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano.

PLAZA.

“El propósito fundamental de ésta variable de marketing, es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad.

Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto (ubicación) y la forma de llegar al cliente (distribución).

- ✓ **Ubicación:** para muchos emprendimientos representa un factor crítico para realizar la comercialización de los productos. Por ello es necesario descubrir cuáles son los criterios específicos para analizar las distintas alternativas y responder determinadas preguntas que lo pueden ayudar a decidir cuál es la más conveniente.
- ✓ **Los canales de distribución:** Los objetivos que estos deben cumplir con la cobertura del mercado son: (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor”.²¹

PROMOCION:

“Los objetivos que estos deben cumplir se relaciona con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor. La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

- ✓ **Publicidad:** El objetivo de la publicidad es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio. Los medios publicitarios más utilizados son

²¹ James, FREEMAN Edward, 1996, Pág. 202)

diarios, revistas, radio, televisión, cine, vías públicas y transportes, internet.

- ✓ **Promoción de Ventas:** La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa. Los objetivos específicos de la promoción de ventas son que el consumidor pruebe el producto o servicio, que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo, fortalecer la imagen del producto o servicio y lograr la fidelidad del producto o servicio.
- ✓ **Relaciones Públicas:** Las relaciones públicas se desarrollan prácticamente en todas las organizaciones, con mayor o menor intensidad. Son parte del sistema de comunicación y se realizan en forma consciente o inconsciente en todos los contactos que la organización tiene con las personas, clientes o proveedores".²²

ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico comprende una serie de elementos que determinan la factibilidad de la creación de una empresa. Los factores de estudio son:

- ✓ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ✓ Donde obtener los materiales o materia prima.
- ✓ Que máquinas y procesos usar.

²² (FRED R. David; 2003, Pág.102)

- ✓ Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe los procesos necesarios para la producción o prestación del servicio y los costos necesarios para su cumplimiento.

TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

Su definición se establece en base a los recursos disponibles para poder atender a la demanda objetivo, compuesta por los consumidores que tienen una necesidad que puede satisfacerse con la adquisición de lo que se desea producir.

La delimitación del tamaño del proyecto, establece los posibles escenarios a presentarse, permitiendo planificar las acciones necesarias para cumplir los objetivos esperados.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Delimita en espacio físico la ubicación del proyecto. Su localización se debe realizar de manera Macro y Micro. La primera define el país, provincia y ciudad, mientras que la segunda establece la dirección exacta en donde será

ubicado. En el presente proyecto, estos factores se detallaron en la delimitación del problema.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

FACTORES DETERMINANTES.

Talento Humano:

“Representa el análisis del personal requerido en las diferentes áreas de la empresa. El estudio debe señalar las competencias y perfiles requeridos para garantizar su buen funcionamiento”.²³

Recursos Técnicos:

Representa la infraestructura, equipamiento y materiales necesarios para cada proceso necesario en la empresa a crear. Debe establecer sus características como dimensión, peso, marca, etc. para garantizar su funcionamiento y pertinencia en función de la empresa a crear.

Equipamiento:

El equipamiento está conformado por los equipos necesarios para operar como computadores, servidores, equipos de comunicación, información, etc.

²³ (ENRÍQUEZ, M ,1998. p.90)

Tecnología.

“El desarrollo de la tecnología, ha generado cambios dentro de las técnicas y métodos de la ingeniería de un proyecto, influyendo directamente en la calidad de los servicios prestados. Es por ello que debe concentrarse en varios aspectos como el hardware, software, conocimiento, entre otras”.²⁴

PROCESOS PRODUCTIVOS.

Los procesos productivos comprenden las actividades que permiten transformar las materias primas en productos terminados. Definen las entradas, procesos y salidas necesarios así como las metodologías aplicar para garantizar la obtención de productos de calidad.

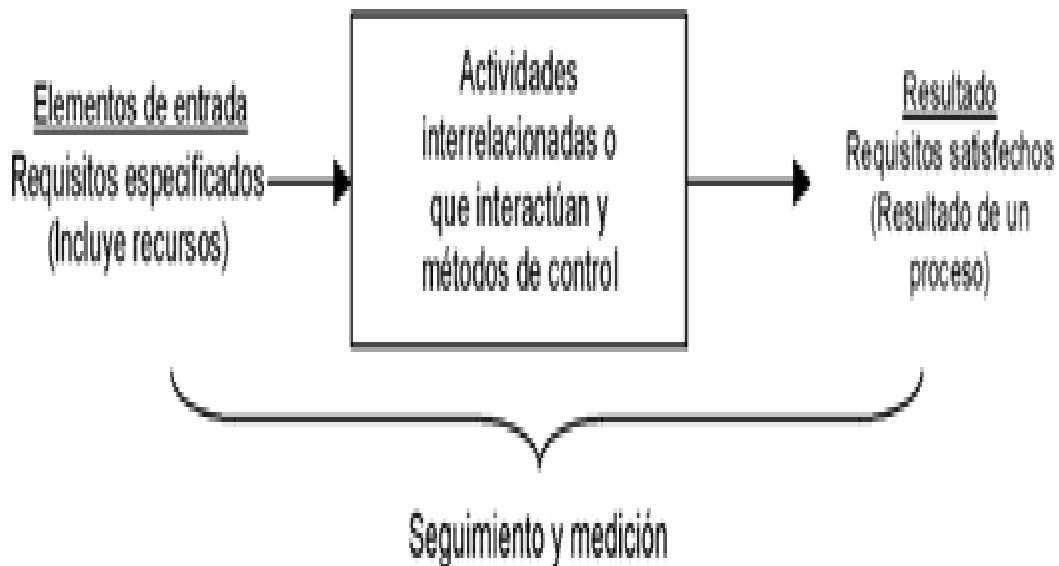
“Los procesos productivos determinan de una manera ordenada la transformación de las materias primas requeridas hasta la obtención de un producto final esperado orientado a satisfacer una necesidad en el mercado”.²⁵

Sin la infraestructura una empresa no podría operar ya que representa los diferentes recursos necesarios para cumplir con los procesos requeridos.

²⁴ Monge G, 2009, pág.34)

²⁵ (PETERS, Tom 2008, Pág.67)

DIAGRAMA DE UN PROCESO DE PRODUCCIÓN



Fuente: (ISO/TC 176/SC 2/N 544R2, 2004, p3)

FLUJOGRAMA.

Los flujogramas son una representación gráfica de los procesos para mostrar ampliamente su secuencia y comportamiento. Utilizan objetos que adquieren significados para entender de mejor manera su desarrollo.

ESTUDIO ORGANIZATIVO EMPRESARIAL.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es un modelo que establece las áreas administrativas existentes dentro de una empresa.

Su definición es fundamental porque define la línea de mando existente en función de las áreas citadas.

La estructura en línea generalmente vertical u horizontal determina los niveles de la autoridad y la forma como se desarrolla. Establece los grados de responsabilidad que tiene cada funcionario en base a su posición y jerarquía.

ORGANIGRAMAS.

Los organigramas permiten definir adecuadamente cada una de las funciones necesarias dentro de una empresa:

Philip Kottler indica al respecto en su libro Fundamentos de Mercadotecnia. “La definición de la organización empresarial es un elemento fundamental dentro de la gestión y se encarga de definir las estructuras, funciones y responsabilidades que deben ser cumplidas conforme la planificación las ha establecido”.²⁶

A continuación se expresan los más importantes. Se ha incluido diagramas para mostrar su modelo de una manera más eficiente.

²⁶ (Kottler Philip., 2009. P.34)

Organización Estructural.

La organización estructural demanda de una serie de herramientas necesarias para poder establecer limitantes en cada una de las áreas que dispone una empresa.

A continuación se establecen los tipos de organigramas que se pueden aplicar:

Organigrama Funcional.

La estructura funcional describe una organización de las funciones que deben cumplir los diferentes cargos institucionales existentes dentro de una empresa.

- ✓ (Su organización detalla por niveles los diferentes cargos existentes a fin de identificar los niveles de responsabilidad y capacidad de toma de decisión. Dentro de sus ventajas, se señalan las siguientes:
- ✓ La organización establece estructuras que evitan la duplicidad de las funciones.
- ✓ Define métodos de gestión para el aprovechamiento de los recursos disponibles
- ✓ Establece una mayor eficiencia en la gestión de cada una de las áreas existentes en la empresa.

Organigrama posicional.

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

MANUAL DE FUNCIONES.

El manual de funciones es un documento que detalla las funciones a cumplir por cada uno de los cargos existentes. El manual de funciones siempre debe estar actualizado y debe socializarse en todos los empleados de la empresa a fin de que sea un instrumento que apoye a mejorar la organización interna.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

Constitución de la Empresa.

La constitución de toda empresa debe tener una personería jurídica, para lo cual es fundamental seguir los siguientes procesos:

Es importante analizar los principales elementos a considerar dentro de la constitución. En este caso se ha tomado como referencia principal las empresas de Responsabilidad Limitada que se ajustan más a las actividades

que actualmente la Empresa **“Oriental Industria Alimenticia O.I.A. Cia. Ltda.** Está constituida.

El Nombre.

“En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo Guayaquil y Loja”.²⁷

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de inconfundibilidad o peculiaridad.

El principio de propiedad, consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio o de propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

²⁷ (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008)

Solicitud de aprobación.

“La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la Compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo”.²⁸

Socios.**Capacidad.**

“Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges”.²⁹

Números mínimo y máximo de socios.

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

²⁸ (Art. 136 de la Ley de Compañías).

²⁹ (Art. 99 de la ley de Compañías)

Capital Mínimo.

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119

del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario La Autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

Participaciones.

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que

consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

El Objeto Social.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

ESTUDIO ECONÓMICO

Costes

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

En otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.

Ingresos

Ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia³⁰.

ESTUDIO FINANCIERO.

PLAN DE INVERSIÓN DE UN PROYECTO.

De acuerdo con la ingeniería del Proyecto existen rubros que determinan la inversión y que se clasifican en los siguientes elementos:

ACTIVOS FIJOS.

Son todos los bienes que son tangibles y están sujetas a depreciación que es la pérdida de valor por su uso.

Los podemos dividir en:

³⁰ BACA, G. (4ª edición) (2001). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación*, McGraw Hill, México, pág. 13-46. 64-67.

- ✓ **Maquinaria y equipos:** comprende lo necesario para fabricación del producto o para la prestación del servicio, por ejemplo, máquinas de coser, cortadoras, taladros, tornos, soldadores, herramientas, etc.
- ✓ **Vehículos:** comprende los vehículos necesarios para el transporte del personal o de la mercadería de la empresa.
- ✓ **Terrenos y edificios:** comprende los terrenos, edificios, construcciones, infraestructura; así como la inversión requerida para la implementación del local: instalaciones, pintura, acabados, acondicionamiento, decoración.

ACTIVOS DIFERIDOS.

Son los gastos requeridos para la implementación de estrategias, promoción y publicidad de la empresa. Los activos diferidos deben amortizarse, debido a que su valor es recuperable, los podemos dividir en:

- ✓ **Investigación y desarrollo:** estudio del proyecto, investigación de mercados, diseños del producto, etc.
- ✓ **Gastos de constitución y legalización:** constitución legal de la empresa, obtención de licencias, permisos, registros, etc.
- ✓ **Gastos de puesta en marcha:** selección y capacitación de personal, marketing de apertura, promoción y publicidad, etc.
- ✓ **Imprevistos:** monto destinado en caso de emergencia.

CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo establece un rubro necesario para cubrir durante un tiempo todos los gastos de la empresa. Dentro de los gastos se encuentran los relacionados a aspectos administrativos como sueldos, arriendos, los gastos financieros y los gastos de mercadeo.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este instrumento permite determinar el nivel de rentabilidad durante un ejercicio económico. Está conformado por los ingresos, los costos y los gastos, permitiendo obtener los resultantes que permitirán el pago de impuestos, dividendos y utilidades retenidas.

Para su obtención se establece un proceso matemático en donde se resta del total de ingresos los costos para obtener el margen de contribución. Posteriormente, se resta los gastos de ventas, administrativos para obtener la utilidad operacional, luego se resta los gastos financieros para obtener la utilidad antes de reparto.

Luego se resta el 15% de pertenecientes a trabajadores para obtener la utilidad antes de impuestos y finalmente los impuestos (25% Renta) para obtener la utilidad Neta.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta financiera para determinar el momento en el cual las ventas de un producto cubrirán exactamente los costos, esto es igual a un volumen de ventas donde los costos totales son iguales a los ingresos totales, una forma más intuitiva de comprender el concepto es pensar en un punto en que las utilidades son iguales a cero. Esta herramienta analiza las relaciones existentes entre el costo fijo, el costo variable y las utilidades, permitiendo establecer un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, el mismo se puede expresar en valores, porcentaje y/o unidades.

COSTO FIJO TOTAL

Se entiende por costo operativos de naturaleza fija aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación, no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, esto indica que son los que hay que pagar aunque no se haya producido ninguna venta, como: la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc.

COSTO VARIABLE UNITARIO

Son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo,

comisiones, los costos indirectos de fabricación, los regalos promocionales, embalajes, etc.

COMO SE CALCULA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

“Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables. Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer conocer los costos fijos y variables de la empresa; así como el precio de venta del producto que fabrique o comercialice la empresa y el número de unidades producidas”.³¹

FÓRMULAS. ³²

En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

³¹ CONTABILIDAD DE COSTOS: Reyes Ernesto

³² Material de apoyo en la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial de la UNL

En función de las ventas:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Costo Variable Total}} - 1 \times \text{Ventas totales}$$

FLUJO DE CAJA

“El flujo de caja permite de manera ordenada establecer la real entrada de capital dentro de la empresa. Se calcula añadiendo al beneficio neto aquellos gastos que no generan desembolsos de tesorería, tales como las amortizaciones y provisiones.

De esta forma se obtiene una cifra que se aproxima a la tesorería que genera una empresa, aunque esta proximidad dependerá del plazo en que se cobren y paguen los ingresos y gastos que conforman parte del Beneficio”.³³

Para su cálculo, al beneficio obtenido en el estado de resultados se suma el valor de depreciaciones y amortizaciones, finalmente el valor residual resultante en el 5to año y el capital de trabajo.

³³ Amat, Oriol, 2004, p.167.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera permite determinar la rentabilidad del proyecto estableciendo parámetros que evalúan los riesgos existentes a fin de que los inversionistas tengan información pertinente para determinar si deben o no consolidar el proyecto

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

Otro factor fundamental a determinar es el período de recuperación de la inversión que consiste en sumar los valores actuales obtenidos hasta igualar a la inversión inicial. Este proceso se realiza por la suma acumulada del Valor Actual Calculado.

Los estudios señalados confirmaran la posibilidad de crear o no la empresa, a su vez que ha determinado la existencia de una demanda, sus características, los recursos necesarios y su rentabilidad.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (RBC)

“El costo beneficio es un proceso financiero que determina cuanta rentabilidad se va obtener por cada dólar invertido. Su proceso de cálculo es similar al Van, es decir descontando los ingresos y costos a valor presente y verificando sus diferencias”.³⁴

³⁴ Santandreu E, 2009, p.96

El cálculo del Costo/Beneficio establece la posibilidad de obtener rentabilidad por cada dólar invertido en función de la actividad del negocio. Su aplicación es útil para verificar si el inversionista del proyecto encuentra atractivo al negocio.

El desarrollo del Costo/Beneficio confirmará o no la rentabilidad del proyecto.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El Valor Actual Neto es un proceso que permite traer a valor presente un valor futuro para determinar el impacto que este ha sufrido por las condiciones de mercados expresadas en una tasa de descuento.³¹

Permite medir la pérdida de dinero en el tiempo producto a la economía local expresada en los principales indicadores financieros.

Mediante el uso del valor actual neto es posible determinar si la inversión realizada es rentable, cuando esta es mayor a los descuentos de los flujos obtenidos durante el tiempo.

Si en el presente proyecto el Van es positivo, el proyecto será rentable en el sentido de que es mayor la rentabilidad obtenida en función de la inversión requerida.

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula”.³⁵

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1 + i)^n} - I_0$$

Yt = Flujo de ingresos del proyecto.

Et = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor Yt - Et = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento.

Io = Inversión del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La tasa Interna de Retorno se da cuando la tasa de descuento permite que el Van sea igual a cero. El concepto financiero indica que mientras más distancia exista entre el TIR y la tasa de descuento utilizada mayor flexibilidad tendrá el proyecto.”³⁶

³⁵ Amat, O, 2008, p.12

³⁶ Mondino, D, 2007,p-89

En este sentido, el TIR es un proceso financiero que permite identificar la flexibilidad del proyecto ya que permite establecer cuantos cambios de mercado puede soportar.

Si en el proyecto el TIR encontrado es distante a la tasa de descuento, el proyecto debe continuarse. La tasa de descuento se establece por varios factores económicos como la inflación, desempleo, inestabilidad política, económica y social".³⁷

La Tasa Interna de Retorno está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque el VAN es más preciso como indicador.

En otras palabras, la TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente la TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor.

³⁷ Banco Central del Ecuador, 2010

Se considera que si la TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor al inversionista. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

Si bien la tasa interna de retorno o TIR es el indicador preferido por los analistas a la hora de evaluar un proyecto, se debe usar en conjunto con el VAN para tomar una buena decisión, y no desechar un proyecto que pueda entregar mayores utilidades a la empresa.

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} = I_0$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad es un proceso en el cual se prueban diferentes tasas de descuento en la aplicación del VAN hasta obtener el TIR, es decir la tasa que hace que el VAN se haga cero.

Este proceso permite verificar el comportamiento de la empresa según los posibles cambios que se puedan presentar en el mercado.

Formula del Análisis de Sensibilidad con el incremento en los costos:

$$\mathbf{NTIR} = T_m + Dt \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

Diferencia del TIR

$$\mathbf{Dif.Tir} = \text{Tir proy} - \text{Nueva Tir}$$

Porcentaje de Variación

$$\% \text{ Var} = \left(\frac{\text{Dif. Tir}}{\text{Tir del proy}} \right) * 100$$

Sensibilidad

$$\text{Sensib} = \frac{\% \text{ Var}}{\text{Nueva Tir}}$$

Formula del Análisis de Sensibilidad con la disminución en los Ingresos:

$$\mathbf{NTIR} = T_m + Dt \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

Diferencia del TIR

$$\mathbf{Dif.Tir} = \text{Tir proy} - \text{Nueva Tir}$$

Porcentaje de Variación

$$\% \text{ Var} = \left(\frac{\text{Dif. Tir}}{\text{Tir del proy}} \right) * 100$$

Sensibilidad

$$\text{Sensib} = \frac{\% \text{ Var}}{\text{Nueva Tir}}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES.

Para fortalecer el desarrollo del presente proyecto se utilizó un conjunto de procedimientos lógicos, considerando los aspectos más relevantes en lo que a métodos, técnicas e instrumentos investigativos se refiere para lograr los objetivos de la investigación.

Materiales utilizados

Para elaborar este proyecto de tesis se ha requerido de los siguientes recursos:

Recurso Humano

- Ing. Galo Salcedo
- Katya Tapia V.

Recursos Materiales

- Materiales de escritorio (hojas, esferos, grapadora)
- Flash Memory
- Laptop
- Calculadora

MÉTODOS

Es el conjunto de procedimientos que se siguió en la investigación para encontrar la verdad.

Método Inductivo: Es aquel método que sirve como inducción y va de un principio particular en la investigación. Este método a través de una serie de técnicas como son la encuesta, entrevista y observación permitió identificar los posibles clientes, sus gustos y preferencias del producto, así como la competencia existente en el mercado y visualizar la viabilidad del proyecto.

Método Deductivo: Es un proceso investigativo que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. Este método permitió obtener toda la información necesaria acerca del proceso de producción del fideo pasta corta-sopa instantánea, también ayudó a conocer que tan oportuno es el crear de una nueva sucursal de este tipo, empleando las técnicas como encuestas, entrevistas y observación.

Método Analítico: Este método consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. A través de este método se analizó los diferentes indicadores de Mercado, Estudio Técnico y Financiero, para tomar las decisiones más acertadas con un mínimo de riesgo para el proyecto.

Método Descriptivo. El objetivo del método descriptivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Con este método se analizó la información obtenida en las encuestas para realizar el Estudio de Mercado.

Método Estadístico: Es el método que permite recopilar en la investigación los diferentes datos estadísticos o resultados emitidos por diferentes factores como censos o recopilación matemáticos. Permitió realizar el análisis pertinente de la tabulación, estructuración de gráficos estadísticos, en donde se utilizó las encuestas en forma general a la población en estudio. Es decir, admitió describir la realidad objetiva en términos cuantitativos.

TÉCNICAS

Es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado:

OBSERVACIÓN: Esta técnica se utilizó para determinar la localización de la empresa, el mercado donde se ofrecerá el producto además de todos los factores que afectaron para el desarrollo del mismo.

ENTREVISTA: La Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

La entrevista se realizó a los propietarios de la empresa “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A Cia. Ltda.”

ENCUESTA: Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Esta técnica se la utilizó para conocer si el producto ofertado tendrá acogida en el mercado potencial. La encuesta se la realizará a las **738.765** familias que habitan en el Sector Norte de la Ciudad de Quito; como también a 257 comerciantes de venta de producto alimenticio.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo al último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, en el Sector Norte de la Ciudad de Quito existen **738.765** habitantes con un promedio de 4 miembros por familia, con una tasa de crecimiento del 4,2%, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC.³⁸

Dato que será utilizado para calcular el tamaño de la muestra.

³⁸ INEC 2010.

La proyección se calcula mediante la siguiente fórmula:

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

Pf = Población resultante por años.

Pa = Población actual.

1 = constante

r = tasa de crecimiento poblacional.

Con el siguiente cálculo se obtiene la proyección hasta el año 2014.

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

$$2010 = 738.765$$

$$Pf\ 2011 = 738.765 (1,042) = 769.793$$

$$Pf\ 2012 = 738.765 (1,042)^2 = 797.866$$

$$Pf\ 2013 = 738.765 (1,042)^3 = 827.417$$

$$Pf\ 2014 = 738.765 (1,042)^4 = 856.967$$

Determinación del tamaño de la muestra.

Para el calcular el tamaño de la muestra se toma en cuenta la proyección de la población hasta el año 2014 cuyo resultado es 856.967 habitantes, posteriormente se divide para 4 miembros por familia (Datos del INEC).

Obteniendo un resultado de 214.242 **familias**, para calcular la cantidad de encuestas que se debe realizar se aplica la siguiente fórmula.

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

Donde:

n = ? Tamaño de la muestra
 N = 33.911 Proyección del número de familias de la ciudad de Quito
 e = 0,05 Error de la muestra

$$n = \frac{214.242}{1 + (5\%)^2 * 214.242}$$

$$n = \frac{214.242}{1 + (0.0025)214.242}$$

$$n = \frac{214.242}{536.60}$$

$$n = 399$$

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Describe y argumenta la decisión sobre la población objetivo para investigar el objeto de estudio, así como, los criterios básicos de determinación de la muestra considerada para la investigación.

El sector Norte de la ciudad de Quito está compuesto por catorce parroquias, en las mismas que se procederá a aplicar la distribución muestral para realizar las encuestas.

El mercado hacia donde está dirigido el producto, se encuentra distribuido de la siguiente manera:

CUADRO 1
DISTRIBUCION MUESTRAL

PARROQUIA	POBLACIÓN	% REFERENCIA	ENCUESTAS
BELISARIO QUEVEDO	48,324	6.54%	26
CARCELEN	55,301	7.49%	30
COCHAPAMBA	58,004	7.85%	31
COMITÉ DEL PUEBLO	47,421	6.42%	26
CONCEPCION	32,269	4.37%	17
COTOCOLLAO	31,263	4.23%	17
EL CONDADO	89,558	12.12%	48
IÑAQUITO	42,822	5.80%	23
ITCHIMBIA	35,495	4.80%	19
JIPIJAPA	34,868	4.72%	19
KENNEDY	69,484	9.41%	38
MARISCAL SUCRE	12,976	1.76%	7
PONCEANO	54,412	7.37%	29
RUMIPAMBA	28,134	3.81%	15
SAN ISIDRO DEL INCA	43603	5.90%	24
SAN JUAN	54831	7.42%	30
TOTAL	738,765	100%	399

Población del Norte de Quito

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito

Elaborado por: La Autora

Para obtener la oferta del Fideo Pasta Corta- Sopa Instantánea de 90 gr. en el Sector Norte de Quito de la ciudad de Quito, se realizó una encuesta a los NEGOCIOS de venta que suman 257 negocios, repartidos en 79 Cáterin, 82 comisariatos y 96 bodegas, según el dato obtenido en el Municipio de Quito que corresponde al Sector Norte de la ciudad.

f. RESULTADOS

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES

PREGUNTA # 1

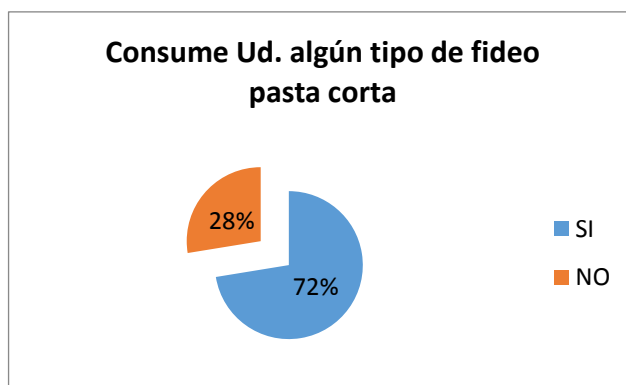
¿Consume Ud. algún tipo de fideo pasta corta en su alimentación diaria?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	289	72%
NO	110	28%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias del sector norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRAFICA 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Atendiendo a la pregunta anterior, el 72% que corresponde a 289 encuestados dijeron que si consumen fideo pasta corta en su alimentación diaria, mientras que el 28% de los encuestados que representan a 110 dijeron que no lo consumen.

Esto quiere decir que la gran mayoría de los encuestados consumen este producto que está en el mercado.

PREGUNTA # 2

¿Ha consumido usted algún fideo instantáneo en tarrina?

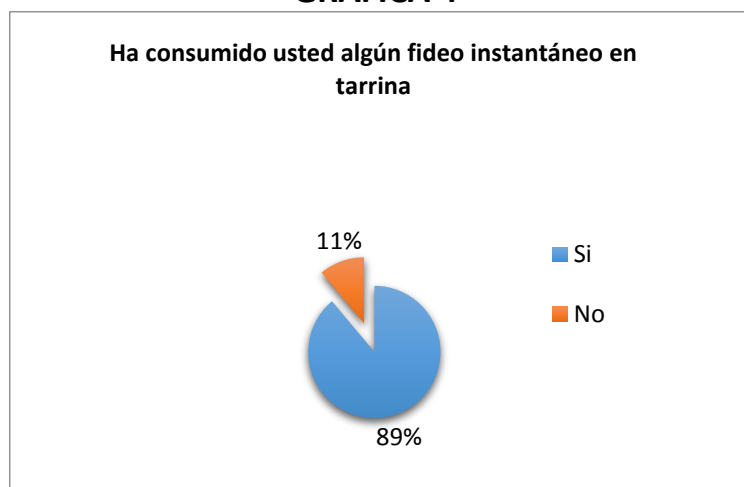
CUADRO 3

Ha consumido usted algún fideo instantáneo en tarrina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	257	89%
No	32	11%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito
Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Atendiendo a la pregunta anterior, el 89% de los encuestados que representan a 257, dijeron que si han consumido este producto, mientras que el 11% que representan a 32 encuestados dijeron que no lo han consumido.

Se determina que un alto porcentaje de los encuestados consumen fideo instantáneo en tarrina.

PREGUNTA # 3

¿Cuál es la presentación en la que usted consume con mayor frecuencia el fideo de tarrina instantáneos mensualmente?

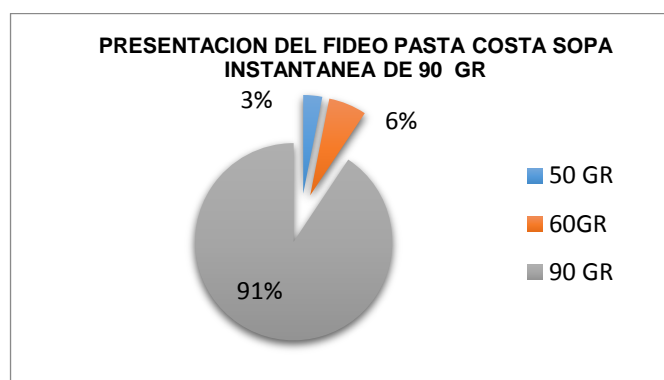
CUADRO 4
CUAL ES LA PRESENTACION EN LA QUE USTED
CONSUME FIDEO EN TARRINA INSTANTANEO
MENSUALMENTE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 GR	8	3%
60GR	16	6%
90 GR	233	91%
TOTAL	257	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora

GRÁFICA 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Al preguntar cuál es la presentación en la que los encuestados adquieren el producto con mayor frecuencia, se puede observar que la de 90g. es la presentación más comprada que le corresponde al 91%, seguido el de 60gr, con el 6% y finalmente la de 50gr. con el 3% del total de los encuestados.

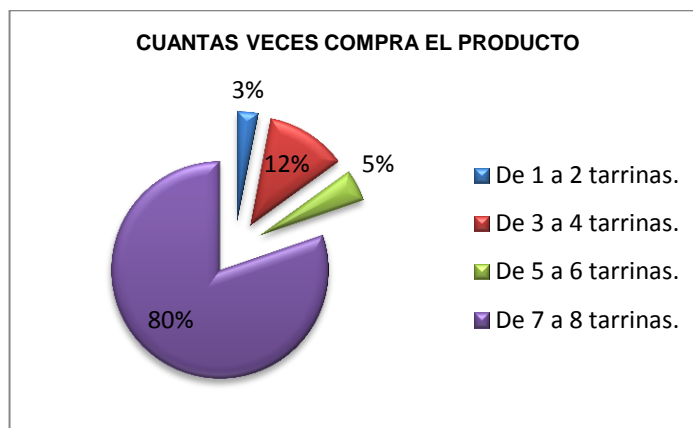
PREGUNTA # 4

¿Cuántas veces al mes usted compra Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. ?

**CUADRO 5
CUANTAS VECES AL MES COMPRA EL
PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 tarrinas.	7	3%
De 3 a 4 tarrinas.	28	12%
De 5 a 6 tarrinas.	11	5%
De 7 a 8 tarrinas.	187	80%
TOTAL	233	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito
Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 6**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Los encuestados manifiestan que compran mensualmente de 7 a 8 tarrinas de fideo pasta corta-sopa instantánea de 90gr. en un 80%, de 3 a 4 tarrinas en un 12%, de 5 a 6 tarrinas 5% de los encuestados y de 1 a 2 tarrinas 3% de los encuestados. Se determina que el consumo promedio de la mayoría de encuestados es de 7 a 8 tarrinas mensuales.

PREGUNTA # 5

¿Por qué razón consume fideo pasta corta-sopa instantánea de 90gr.?

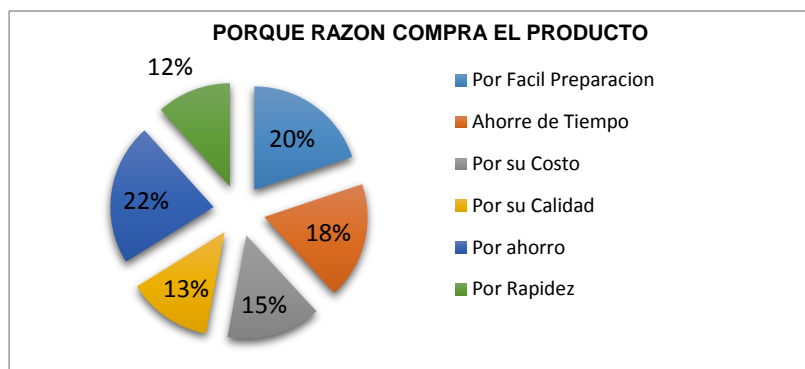
CUADRO 6
POR QUE RAZON CONSUME FIDEO PASTA CORTA-SOPA
INSTANTANEA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por Fácil Preparación	51	20%
Ahorre de Tiempo	47	18%
Por su Costo	38	15%
Por su Calidad	34	13%
Por ahorro	57	22%
Por Rapidez	30	12%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Al ser una pregunta de opción múltiple cada encuestado puede elegir más de una opción.

Según los encuestados manifiestan que compran el Fideo Pasta Corta-sopa instantánea por fácil preparación en un 20%, por ahorro de tiempo en un 18%, por su costo 15%, por su calidad en un 13%; por su ahorro en un 22% y por Rapidez el 12 %

PREGUNTA # 6

¿Qué precio paga usted por este producto del fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90 gr?

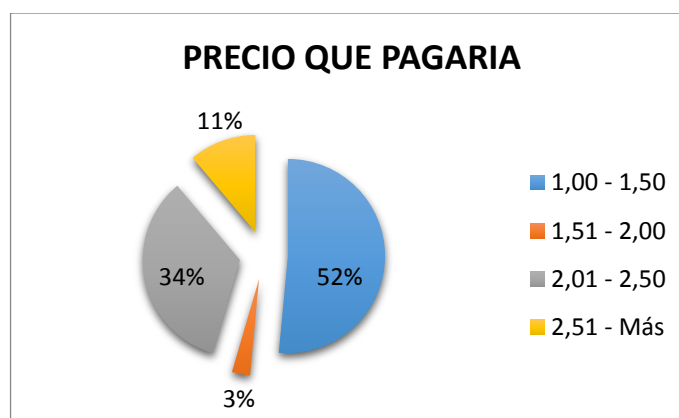
**CUADRO 7
PRECIO QUE PAGARIA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,00 - 1,50	120	52%
1,51 - 2,00	7	3%
2,01 - 2,50	80	34%
2,51 - Más	26	11%
TOTAL	233	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 8

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Al preguntar a los encuestados el precio que paga por este producto, el 52% respondió que paga de \$1,00 a \$1,50, el 34% de \$ 2,01 a \$2,50; Mientras un 11% de 2,51 a \$3,00 y finalmente un 3% de \$1,51 a \$2,00. De estos resultados se puede deducir que las personas que consumen Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. pagan un promedio de \$1,25.

PREGUNTA # 7

¿Si se implementara en el sector Norte de la ciudad de Quito una nueva sucursal de distribución exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr, estaría dispuesto a comprar el producto ofrecido?

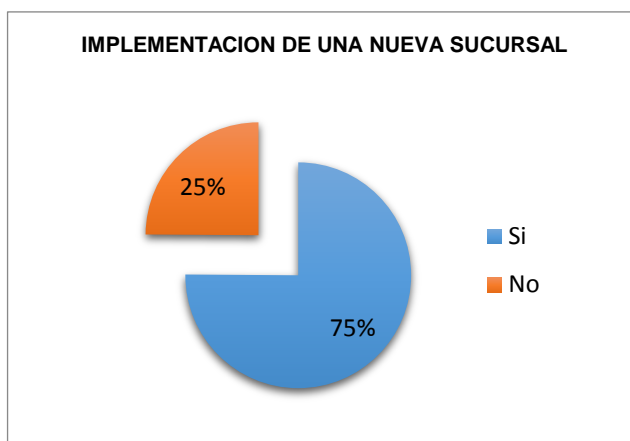
CUADRO 8
IMPLEMENTACION DE UNA NUEVA SUCURSAL
EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTANEA DE
90GR

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	175	75%
No	58	25%
TOTAL	233	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRAFICA 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Al preguntar a los encuestados si están de acuerdo en que se implemente en el sector Norte de la ciudad de Quito una Sucursal exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. el 75% de la población está de acuerdo que se implemente la nueva sucursal y consumiría el producto; mientras que el 25% no lo haría.

PREGUNTA # 8

¿Qué tipo de servicio le gustaría que la Nueva Sucursal Exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90 gr, le brindara?

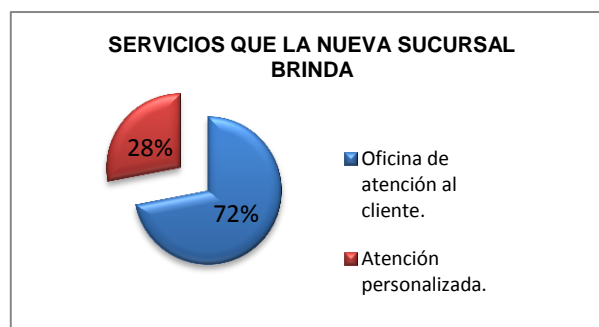
CUADRO 9
SERVICIOS QUE LA EMPRESA BRINDA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Oficina de atención al cliente.	126	72%
Atención personalizada.	49	28%
TOTAL	175	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 10

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Los encuestados prefieren que se implemente una oficina de atención al cliente en un 72%, mientras que el 28% restante prefieren que se dé una atención personalizada.

PREGUNTA # 9

¿En qué lugar del sector Norte de Quito le gustaría que se encuentre ubicada la Nueva Sucursal exclusiva de Fideo Pasta Corta –Sopa Instantánea de 90 gr?

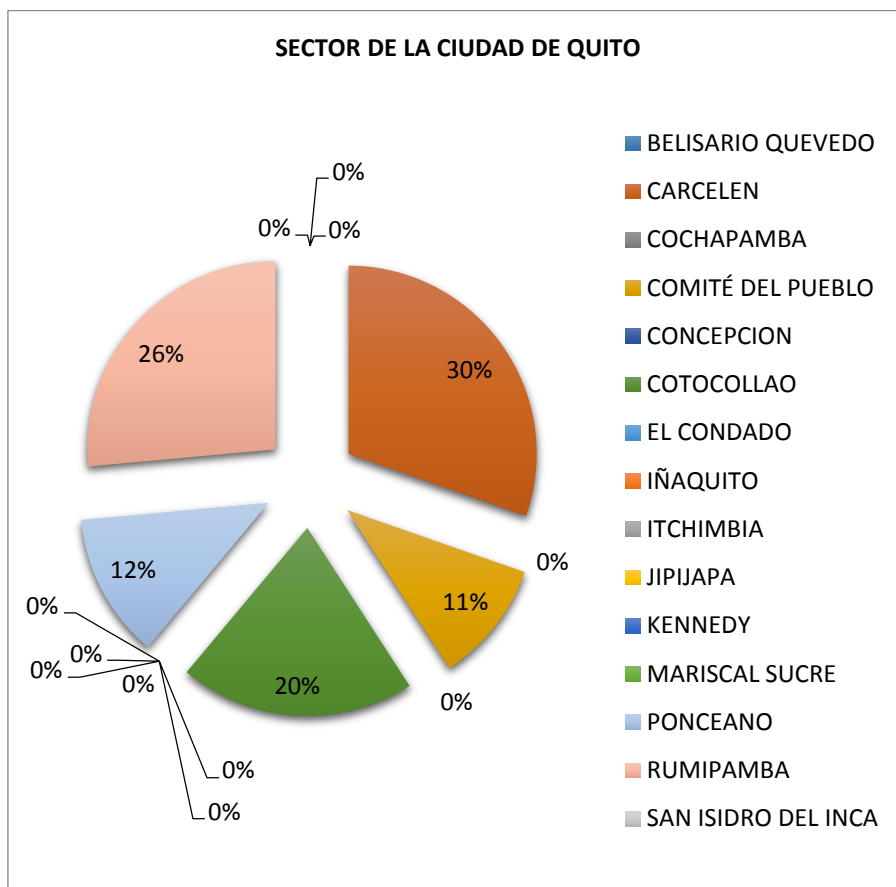
**CUADRO 10
EN QUE LUGAR DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE
QUITO
LE GUSTARIA QUE SE ENCUENTRE LA NUEVA SUCURSAL**

PARROQUIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BELISARIO QUEVEDO	0	0%
CARCELEN	53	30%
COCHAPAMBA	0	0
COMITÉ DEL PUEBLO	20	11%
CONCEPCION	0	0
COTOCOLLAO	35	20%
EL CONDADO	0	0%
IÑAQUITO	0	0%
ITCHIMBIA	0	0%
JIPIJAPA	0	0%
KENNEDY	0	0%
MARISCAL SUCRE	0	0%
PONCEANO	21	12%
RUMIPAMBA	46	26%
SAN ISIDRO DEL INCA	0	0%
SAN JUAN	0	0%
TOTAL	175	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora

GRÁFICA 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

El 30% de los encuestados prefiere que se implemente la nueva sucursal en el sector de Carcelén, mientras que el 26% prefiere que sea en Rumipamba; el 20% se pronuncia porque sea en el sector de Cotocollao, el 12% en Ponceano, y el 11% prefiere que sea en el sector del Comité del pueblo.

Se determina que la mayoría de encuestados prefieren que la nueva sucursal se instale en el sector de Carcelén.

PREGUNTA # 10

¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer este producto del Fideo Pasta Corta – Sopa Instantánea de 90gr? Marque solo una de las siguientes opciones.

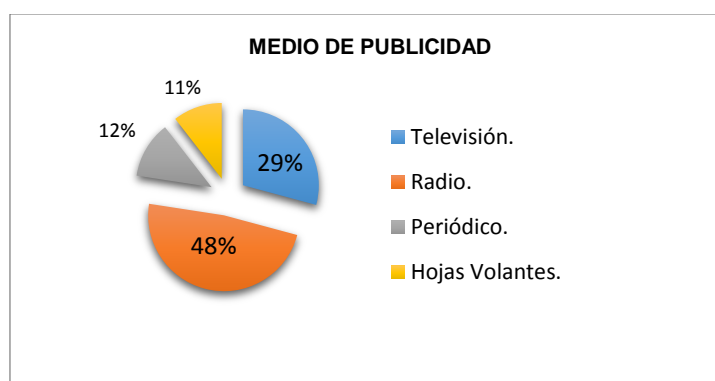
CUADRO 11
MEDIO DE PUBLICIDAD

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión.	51	29%
Radio.	84	48%
Periódico.	21	12%
Hojas Volantes.	19	11%
TOTAL	175	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRAFICA 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Al preguntar cuál es el medio que los encuestados prefieren para que se dé a conocer los beneficios del producto el 48% de ellos se pronuncia porque sea en la radio, el 29% en la televisión; el 12% prefiere que sea en los periódicos o medios impresos y solo el 11% en hojas volantes.

Se determina que la mayoría desea conocer los beneficios del producto a través de la radio.

PREGUNTA # 11

¿Qué tipo de envase le gustaría que tenga el producto Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea?

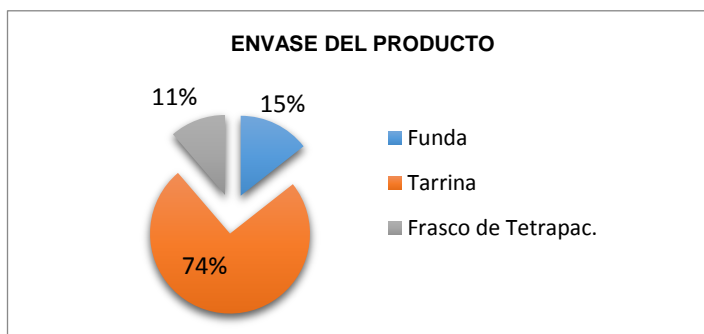
**CUADRO 12
ENVASE DEL PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda	26	15%
Tarrina	130	74%
Frasco de Tetrapac.	19	11%
TOTAL	175	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 13

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

El tipo de envase preferido por los encuestados para comercializar el producto es en tarrina, con un 74% de aceptación, le sigue en funda con un 15% y finalmente el envase de tetrapac con un 11%.

Determinándose que el envase escogido por los encuestados es en tarrina.

PREGUNTA # 12

¿En qué tipo de establecimiento le gustaría comprar el Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr.?

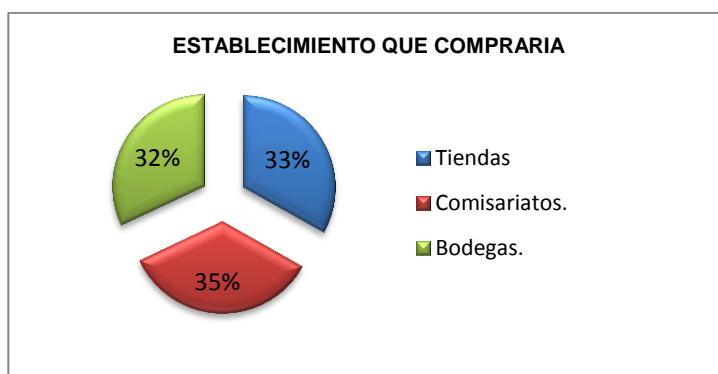
CUADRO 13
ESTABLECIMIENTO EN EL QUE COMPRARIA
EL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	58	33%
Comisariatos.	61	35%
Bodegas.	56	32%
TOTAL	175	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los lugares donde los encuestados pretenden que se comercialice el producto son en su mayoría en los comisariatos, con un 35% de aceptación, seguido de las tiendas con un 33% y finalmente las bodegas con un 32% de aceptación

ENCUESTAS A LOS OFERENTES

PREGUNTA. # 1

¿En su establecimiento vende Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea?

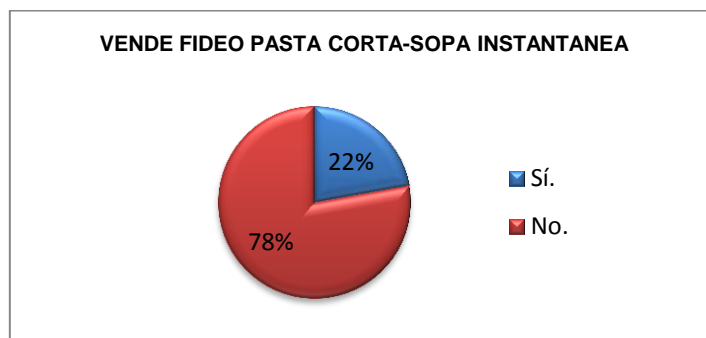
CUADRO 14
VENDE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTANEA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	45	22%
No.	158	78%
TOTAL	257	100%

Fuente: Encuesta a los Oferentes del sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Se realiza la pregunta si comercializa Fideo Pasta Corta Sopa Instantánea para determinar exactamente que establecimientos van a ser la competencia de la nueva sucursal, encontrando que el 22% de los establecimientos solamente comercializan el producto, un 78% de los locales no lo comercializa.

PREGUNTA # 2

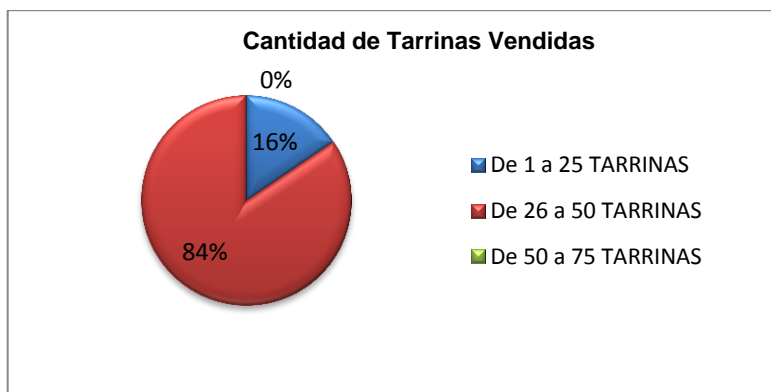
¿Qué cantidad de tarrinas de fideo pasta corta-sopa instantánea de 90gr vende mensualmente?

CUADRO 15
CANTIDAD DE TARRINAS VENDIDAS DE 90GR.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 25 TARRINAS	7	16%
De 26 a 50 TARRINAS	38	84%
De 50 a 75 TARRINAS	0	0%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuesta a los Oferentes del sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora

GRÁFICA 16**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Como se puede apreciar la gran mayoría de los locales que comercializan el producto expenden de 26 a 50 tarrinas de 90gr., semanalmente, es decir el 84%; y el 16% de los encuestados venden de 1 a 25 tarrinas semanalmente.

PREGUNTA # 3

¿Cuál es el precio que cobra por este producto del fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90 gr?

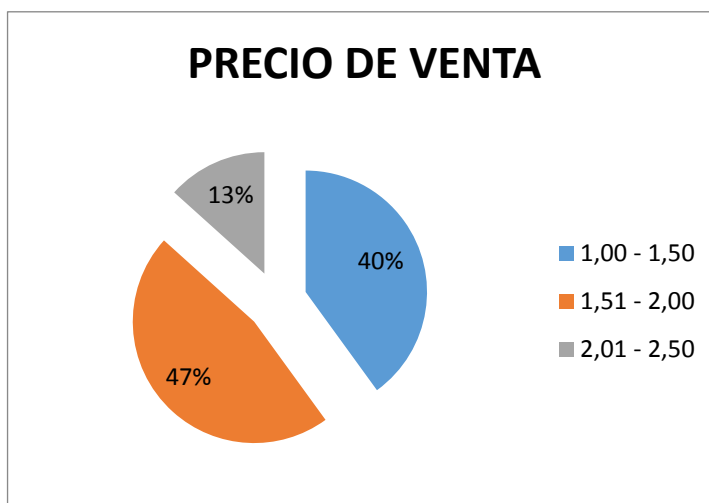
CUADRO 16
PRECIO DE VENTA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,00 - 1,50	18	40%
1,51 - 2,00	21	47%
2,01 - 2,50	6	13%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a Los oferentes de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Como se puede apreciar la gran mayoría de los locales que comercializan el producto lo realizan a un precio de 1,51 a 2,00 dólares que corresponde al 47%, mientras que el 40% de los encuestados manifestaron que el precio para la venta es de 1,00 a 1,50 dólares y el 13% lo realizan la venta a 2,01 a 2,50 dólares.

PREGUNTA # 4

¿Cada que tiempo adquiere el producto?

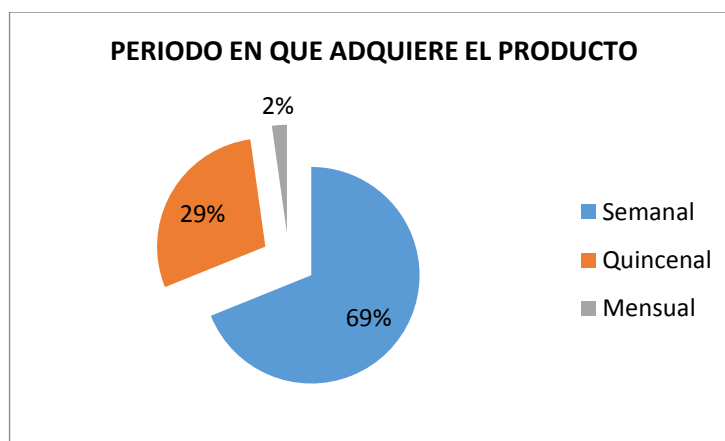
CUADRO 16
PERIODO EN QUE ADQUIERE EL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	31	40%
Quincenal	13	47%
Mensual	1	13%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a Los oferentes de Sector Norte de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 17

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Como se puede apreciar el 69% de los locales que comercializan el producto lo adquieren la mercadería semanalmente, el 29% lo adquieren cada quince días y mientras que el 2% lo realizan mensualmente.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

PROMEDIO DE CONSUMO.

Para determinar el promedio de consumo anual del Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea, de las personas del sector Norte de la ciudad de Quito se realizó el análisis con los datos que se encuentran en el cuadro 4 el cual presenta los siguientes resultados:

CUADRO 16				
PROMEDIO DE CONSUMO				
VARIABLE	FRECUENCIA	F.X	MESES	CONSUMO ANUAL
50 GR	8	400,00	12,00	4.800,00
60GR	16	960,00	12,00	11.520,00
90 GR	233	20.970,00	12,00	251.640,00
TOTAL	257	22.330,00		267.960,00

Fuente: Cuadro.4.
Elaboración: La Autora

Para establecer el consumo per- cápita se realizó lo siguiente: el total del consumo anual de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea 267.960,00 GR. dividido para el número de personas que consumen el producto 257 da como resultado un total de 1042,65 gr. (11,58 tarrinas de 90 gr).

ANALISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL.

Para determinar la demanda potencial se tomó el total de las familias del sector Norte de la ciudad de Quito, esto es 214.242 familias, de estas el 72% tiene consumen Fideo Pasta Corta, como lo muestra el cuadro. 17, esto se

proyecta para 5 años de vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento del 4,2% según el censo 2010 realizado por el INEC.

**CUADRO 17
DEMANDA POTENCIAL**

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO (72%)
0	214.242	154.254
1	223.240	160.733
2	232.616	167.484
3	242.386	174.518
4	252.566	181.848
5	263.174	189.485

Fuente: Cuadro 2

Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

Para conocer la demanda real, se multiplica la cantidad de personas de consumo potencial registradas en el cuadro 17 por el porcentaje de las personas que manifiestan que si consumen Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea que consta en el cuadro 3, es decir 91% de los encuestados expuestos en el siguiente cuadro.

**CUADRO 18
DEMANDA REAL**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO (72%)	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	154.254	91,00%	140.371
1	160.733	91,00%	146.267
2	167.484	91,00%	152.410
3	174.518	91,00%	158.811
4	181.848	91,00%	165.481
5	189.485	91,00%	172.432

Fuente: Cuadro 3 Y 17

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Para calcular la demanda efectiva se toma en cuenta la demanda real por el porcentaje de personas que están dispuestos a adquirir el producto de implementarse la nueva sucursal, valor que consta en el cuadro 8 es decir el 100% de los encuestados los resultados se muestran en el siguiente cuadro:

**CUADRO 19
DEMANDA EFECTIVA**

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE	DEMANDA EFECTIVA
0	140.371	75,00%	105.279
1	146.267	75,00%	109.700
2	152.410	75,00%	114.308
3	158.811	75,00%	119.109
4	165.481	75,00%	124.111
5	172.432	75,00%	129.324

Fuente: Cuadro 8 Y 18

Elaboración: La Autora

DEMANDA PROYECTADA

Para realizar la proyección de la demanda: potencial, real y la efectiva se realiza lo siguiente: Se toma como referencia el número de familias del sector Norte de la ciudad de Quito que es 214.242 familias, se lo proyecta con la tasa de crecimiento de 4.2% anual. Para conocer la demanda potencial de las 214.242 familias el 72% manifestó que consumen Fideo Pasta Corta dando como resultado 154.254 familias que es el valor correspondiente a la demanda potencial en estudio. A continuación se establece la demanda real, se multiplica la demanda potencial en estudio por el 91% proporción obtenida del cuadro 3 de la encuesta aplicada a los consumidores del sector Norte de la ciudad de Quito, dando como total de la demanda real 140.371 familias. Luego se procedió a calcular la demanda

efectiva, que se lo obtiene multiplicando la demanda real que es 140.371 familias por el 75%, porcentaje que está dispuesto a adquirir el producto de implementarse una sucursal al Norte de Quito con la distribución exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea valor que consta en el cuadro 8 de la encuesta a consumidores, obteniendo como total de la demanda efectiva 105.279 familias; a este dato se multiplica por (11.58 tarrinas de 90 gr.) que es el consumo promedio per-cápita, obteniendo como resultado (1.219.125 tarrinas de 90 gr. unidad con la cual se trabaja) que es la demanda proyectada. Datos que se presenta a continuación

CUADRO 20						
PROYECCION DE LA DEMANDA DEL FIDEO PASTA CORTA SOPA INSTANTANEA DE 90 GR EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO						
AÑOS	POBLACION TOTAL FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO (72%)	DEMANDA REAL (91%)	DEMANDA EFECTIVA (75%)	CONSUMO PROMEDIO (tarrina de 90gr.)	DEMANDA PROYECTADA (tarrina de 90gr.)
0	214.242	154.254	140.371	105.279	11,58	1.219.125
1	223.240	160.733	146.267	109.700	11,58	1.270.329
2	232.616	167.484	152.410	114.308	11,58	1.323.682
3	242.386	174.518	158.811	119.109	11,58	1.379.277
4	252.566	181.848	165.481	124.111	11,58	1.437.207
5	263.174	189.485	172.432	129.324	11,58	1.497.569

Fuente: Cuadro 2,3,4,8,16,17,18,19
Elaboración: La Autora

ANALISIS DE LA OFERTA

PROMEDIO DE VENTAS

Para obtener el promedio de ventas anual del fideo pasta corta-sopa instantanea del Norte de la ciudad de Quito se realizó el análisis la oferta se analizó de los datos que se encuentran en el cuadro 15.

CUADRO 21					
CANTIDAD DE TARRINAS VENDIDAS DE 90 GR.					
VARIABLE	X.m	FRECUENCIA	F.Xm	PERIODO ANUAL	CONSUMO ANUAL
De 1 a 25 TAR	13	7	91	12	1.092
De 26 a 50 TA	38	38	1.444	12	17.328
TOTAL		45	1.535		18.420

Fuente: Cuadro 15
Elaboración: La Autora

PROYECCION DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta se toma en consideración la tasa de crecimiento de los negocios que para el año 2012 se ubicó en el 7% (dato obtenido en la página del municipio de la Ciudad de Quito), las cifras se reflejan en el siguiente cuadro.

**.CUADRO 22
PROYECCION DE LA OFERTA**

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA
0	7%	18.420.00
1	7%	19.709.40
2	7%	21.089.06
3	7%	22.565.29
4	7%	24.144.86
5	7%	25.835.00

Fuente: Cuadro 20

Elaboración: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA

El análisis de la oferta y la demanda permiten determinar la demanda insatisfecha, es necesario tener en cuenta que la demanda en el sector Norte de la ciudad de Quito es 1375.608 tarrinas de 90gr anuales y oferta anual es 18.420 tarrinas de 90gr anualmente.

Si se establece la diferencia entre la oferta y la demanda se observa que la demanda insatisfecha corresponde a 1.357.188 tarrina de 90gr lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**CUADRO 23
DEMANDA INSATISFECHA**

DEMANDA PROYECTADA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA 90 g.
1.219.125	18.420	1.200.705
1.270.329	19.709	1.250.620
1.323.682	21.089	1.302.593
1.379.277	22.565	1.356.712
1.437.207	24.144	1.413.063
1.497.569	25.835	1.471.734

Fuente: Cuadro 20 y 22

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

El producto se comercializará en tarrinas plásticas según las preferencias de los consumidores que se pronunciaron por este envase en la pregunta 11 de la encuesta a los demandantes como se muestra en el gráfico, además el producto tendrá una presentación de 90 gr.

GRAFICA 17



NOMBRE DEL PRODUCTO

El nombre del producto será “Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea de 90gr”

PRECIO

El precio estimado será considerado en base al análisis de la competencia. La organización tiene en cuenta los niveles de precios de los competidores al momento de fijar los suyos, generalmente este producto se oferta en un precio promedio de \$ 1,20 dólares, Esta tendencia coincide con la percepción del cliente frente a los precios establecidos.

Es importante destacar que la fijación de precios debe estar acorde a la predisposición del mercado actual, por debajo o igual a las estipuladas por la competencia.

PLAZA

El tipo de distribución que se utilizará para este producto será Productor, intermediario, consumidor final, por considerar que es el mejor medio de hacer llegar el producto hasta el consumidor final, por otra parte también los consumidores desean comprar el producto en los comisariatos en su mayoría, tal y como se evidencia en el cuadro 13 de la encuesta a los demandantes.

GRAFICA 18



PROMOCIÓN

Para realizar la promoción de la nueva sucursal se obsequiara un esfero por la compra de seis tarrina de 90 gr.

**CUADRO 24
PROMOCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Esferos	1000	0.20	200

Elaboración: La Autora

PUBLICIDAD

Los medios por el cual el negocio se hará conocer en la ciudad de Quito son: Hojas Volantes, tarjetas de Presentación, prensa Escrita (periódico), Radio e Internet.

Según encuestas realizadas referente a la aceptación por los medios publicitarios en la ciudad de Quito (Pregunta N° 10) se considera a la radio para realizar la publicidad de la nueva sucursal ya que es uno de los medios de comunicación más antiguos y eficientes.

Las cuñas radiales se realizarán en radio Canela FM, ya que es la más adecuada para dar a conocer este tipo de productos.

Es importante considerar que por ahora no es necesaria la utilización de televisión como propaganda, debido a que se pretende minimizar gastos.

CUADRO 25

RADIO

DETALLE	CANTIDAD	V/U	V/TOTAL
CUÑAS RADIALES (22 AL	264	4	1056
TOTAL			1056.00

Fuente: Investigación realizada en Radio Canela FM

Elaboración: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

El Objetivo del estudio técnico es verificar si el Producto a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos, herramientas necesarias e instalaciones óptimas para la generación del producto terminado.

El Estudio Técnico se divide en las siguientes áreas:

- Determinación del tamaño de la planta
- Estudios de ingeniería

TAMAÑO DE LA PLANTA

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto se lo determina en función de los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y la demanda en especial en lo que respecta a la determinación de la demanda del Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea.

Además se debe tomar en cuenta para determinar el tamaño del proyecto los siguientes puntos:

- El tipo económico se refiere al tamaño que hace más rentable al proyecto disminuyendo costos y maximizando utilidades.
- El tamaño del proyecto se identifica con el máximo rendimiento que se puede obtener de sus instalaciones.

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria a utilizar.

En el presente proyecto se adquirirá una maquinaria de multifunción, la misma que esa diseñada para mezclar, cortar secar y empaquetar el producto, que tiene la capacidad máxima (100%) de 89100 gr. de fideo pasta corta – sopa instantánea, lo que quiere decir que si cada tarina pesa 90 gramos determina que diariamente producirá 990 tarrinas de Fideo Pasta-Sopa instantánea de 90gr. lo que determina que la maquina tendría una capacidad instalada a los 365 días del año de 361.350 tarrinas de Fideo Pasta Corta-Sopa instantánea.

Pero la empresa no trabajará las 24 horas diarias ni los 365 días del año, sino que trabajará 8 horas diarias y 22 días laborables al mes, lo que determina que la máquina produce 330 tarrinas si se trabaja 8 horas diarias por 22 días, teniendo una capacidad mensual de 7260 y multiplicado por los 12 meses, da un total de 87.120 tarrinas anuales

Para determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha a cubrir con la capacidad instalada se aplicó la siguiente fórmula:

Demanda Insatisfecha = 1.200.705

Capacidad Instalada = 87.120

Porcentaje Cubierta:

$$\begin{array}{r} 1.200.705 \quad \times \quad 100\% \\ 87.120 \quad \quad \quad \times \quad X \\ \hline \frac{87.120 \times 100}{1.200.705} = 7,26\% \end{array}$$

7,26% valor que cubrirá la demanda insatisfecha

CUADRO 26
CAPACIDAD INSTALADA

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE % (participación mercado)	CAPACIDAD INSTALADA
1.200.705	7,26%	87.120
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		87.120

Fuente: Cuadro 23

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Toda empresa al iniciar sus actividades no puede utilizar al 100% la capacidad instalada por diversos motivos como son: limitados recursos financieros, introducción del producto al mercado, contratación de mano de obra y servicios básicos, como también el porcentaje de distribución de los competidores; tomando en cuenta todos estos factores se creyó conveniente utilizar en los dos primeros años de operaciones el 80% de la capacidad máxima instalada es decir se va a producir 69.788 unidad de fideos con un peso de 90g. cada uno; en los siguientes dos años de actividad la capacidad utilizada subirá al 85% es decir 74.150; llegando de esta manera en el último año con el 90% y con una producción en unidades de 78.511; con una capacidad de reserva del 10%. La capacidad instalada y utilizada para los cinco años de vida útil del proyecto será la siguiente:

CUADRO 27
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	87.120	80%	69.788
2	87.120	80%	69.788
3	87.120	85%	74.150
4	87.120	85%	74.150
5	87.120	90%	78.511

Fuente: Cuadro 25

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN.

La localización ideal de un proyecto será aquella en donde se logren costos de producción mínimos, precios y volúmenes de venta que conduzcan a la máxima rentabilidad, además permita la eficiencia y competencia, buscando crear ventajas sobre los competidores

MACROLOCALIZACIÓN

Está relacionada con la ubicación de la nueva sucursal dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia tanto a nivel regional como nacional. La misma que para el proyecto se ha determinado que será en el Cantón Quito de la Provincia de Pichincha, misma que se representa en el siguiente gráfico:

GRÁFICA 19

CANTÓN QUITO – PROVINCIA DE PICHINCHA



MICROLOCALIZACIÓN

Un análisis exhaustivo de la región escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto, en donde tomando como referencia el tipo de sucursal que se desea implementar y el producto que se ofertara al cliente, se determinó que la mejor ubicación será en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Ciudad del mismo nombre, sector Norte, parroquia Carcelén barrio Carcelén Industrial en las calles Vicente Duque y Juan Berrezueta.

CUADRO 28
MATRIZ DE VALORACION

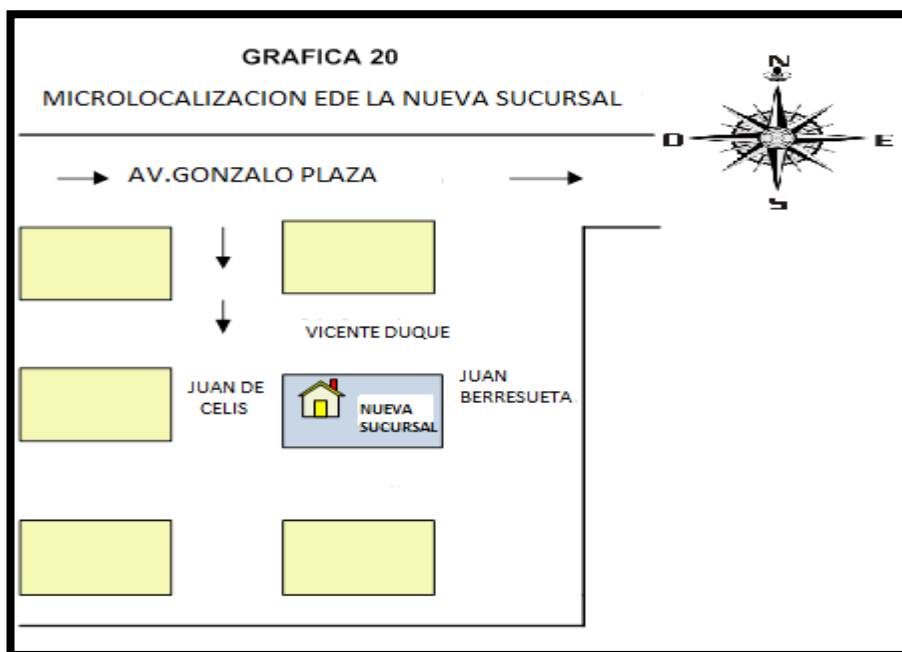
UBICACION A: CARCELAN
UBICACION B: COTOCOLLAO
UBICACION C: COMITÉ DEL PUEBLO

ITEM	PARAMETRO	%	A		B		C	
			UBICACION	%	UBICACION	%	UBICACION	%
1	Acceso a mercados	10	6	6	5	5	8	8
2	Acceso servicio tele	5	5	2.5	8	4	9	4.5
3	Acceso internet	10	9	9	7	7	8	8
4	Acceso luz eléctrica	10	10	10	8	8	9	9
5	Acceso transporte U	10	10	10	6	6	10	10
6	Acceso agua potabl	10	10	10	7	7	8	8
7	Acceso mano de obr	15	9	13.5	8	12	7	10.5
8	Costos de pagos ser	5	9	4.25	9	4.5	9	4.5
9	Seguridad	10	10	10	8	8	7	7
10	Restricción ambien	5	9	4.5	8	4	8	4
11	Ubicación Estratég	10	9	9	7	7	8	8
	Totales	100		88.8		72.5		81.5

Elaboración: La Autora

De las opciones propuestas la mejor opción es la A, por tal razón la empresa se la ubicará en:

PROVINCIA: PICHINCHA
CANTON: QUITO
PARROQUIA: CARCELEN
BARRIO: CARCELEN INDUSTRIAL
CALLES: VIVENTE DUQUE Y JUAN BERREZUETE.



FACTORES DE LOCALIZACION

Para determinar el mejor desempeño de la empresa es importante tomar en cuenta los siguientes factores de localización:

Materia prima

La empresa contará con la disponibilidad de materia prima.

Disponibilidad y costo de mano de obra

Para desarrollar el producto en la empresa, se buscará mano de obra calificada, la misma que será remunerada de acuerdo a las leyes establecidas en el país.

Disponibilidad de servicios básicos

El área donde se ubicará el proyecto cuenta con todos los servicios básicos que contribuirán al funcionamiento eficiente de la empresa dentro de estos tenemos: agua potable, luz eléctrica, alumbrado público, servicios telefónico, alcantarillado, etc.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento y distribución

La sucursal se ubicará cerca del mercado meta, donde se distribuirá el producto

Factores ambientales

El clima donde se ubicará la sucursal es el más apropiado.

Transporte

La ubicación de la sucursal cuenta con vías de comunicación adecuadas que facilite la transportación de la materia prima al igual que la distribución del producto.

INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver todo lo referente al funcionamiento e instalación de la sucursal, mostrando todo lo relacionado con el proceso productivo, la maquinaria y equipo que se utilizará

PROCESO PRODUCTIVO

La elaboración del Fideo Pasta Corta sopa-instantanea, conlleva los siguientes tratamientos antes de llegar al producto terminado.

DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION

A continuación mostramos detalladamente la descripción de cada etapa del proceso de producción de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea.

1. Recepción y almacenamiento de materia prima.- Para la elaboración del producto en mención se requiere de los siguientes insumos : Harina de trigo tipo A, Huevos seleccionados, Agua, Sal, Cartón de Fideo, Etiqueta, Tarrina Plástica, Goma para cartón. El almacenamiento se lo debe realizar en un lugar fresco.

2. Transporte al área de lavado de Moldes.- Antes de producir el producto se debe de lavar los moldes.

3. Inspección.- Se debe de Verificar que estecen en buenas condiciones y limpio los moldes a utilizar

4. Lavado.- los moldes se someten a una ducha de agua a presión, con este lavado se trata de eliminar el polvo y demás micro-organismos procedentes de la tierra o campo, para que el lavado sea mejor se le puede agregar al agua algún tipo de desinfectante

5. Mezcla.- Todos los insumos de la materia prima se procede a realizar la mezcla.

6. Transporte al área de Molde.- Se transportan las bandejas que contienen la materia prima a la máquina de molde.

7. cortado.- Con la ayuda de una maquina se procede a cortar la masa de fideo, luego se coloca este producto en cubetas.

8. Transporte al área de Cocinado.- Este transporte lo realizan manualmente los trabajadores para que ingrese a la máquina de cocina freidora a altas temperaturas donde el fideo esta pre cocido el producto obtenido en la etapa anterior.

9. Secado.- Manualmente los trabajadores proceden a sacar manualmente el fideo pre cocido de la freidora y se coloca en el cuarto de enfriamiento.

10. Inspección de contenidos y control de calidad.- En este punto el producto obtenido se lo somete a inspección, se procede a determinar el contenido color olor y sabor.

11. Transporte al área de envasado.- El transporte lo realizan los trabajadores a la banda automática de la máquina para el envasado.

12. Envasado.- El envasado se lo realiza en la máquina de flujo continuo

13. Transporte a Ingreso de Saborizante.- Se transportan las tarrinas con el producto para ingresar los saborizantes a la máquina autoclave.

14. Sellado.-Para realizar el sellado de la tarrina por la parte superior se envía por la banda continua el producto para poder sellar el producto.

15. Transporte al área de termoencogible.- Una vez sellado se procede a ponerle un plástico termoencogible en caliente como seguridad al producto.

16. Enfriamiento.- En este punto el producto se comienza a enfriar al ambiente.

17. Etiquetado y empaquetado.- Se coloca a los envases la etiqueta posteriormente se empaca en cajas de cartón corrugado e identificaciones.

18. Transporte a la bodega.- El transporte de las cajas se realiza de forma manual por los obreros generalmente con la ayuda de coches a la bodega de producto terminado.

19. Almacenamiento del producto terminado.- Finalmente las cajas que contienen el producto son almacenadas en la bodega listas para su distribución

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCION

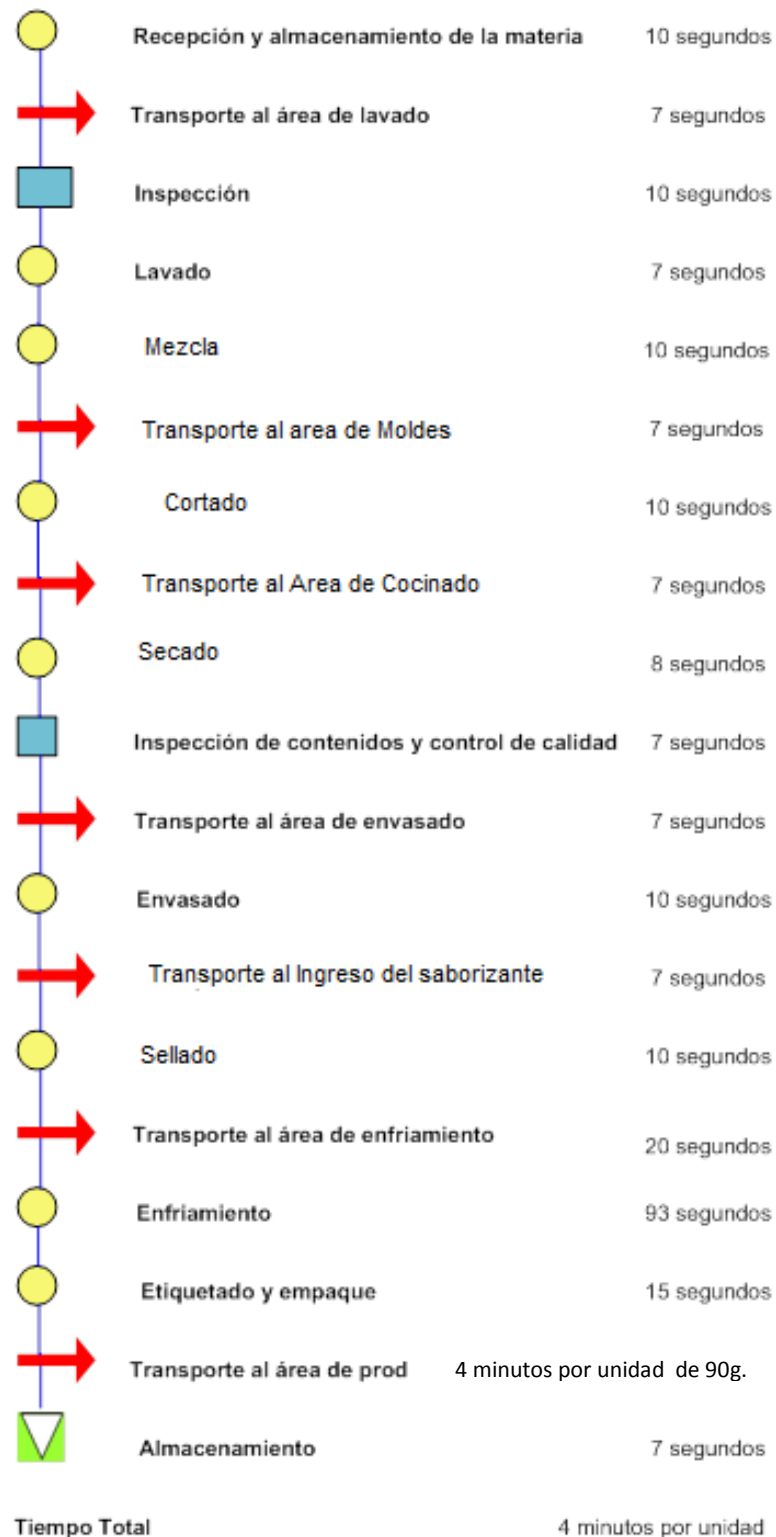
El diagrama de flujo del proceso es la representación gráfica de las operaciones e inspecciones de las actividades realizadas en el proceso de la elaboración de un producto.

GRAFICA 21

ACTIVIDAD	SIMBOLO	DEFINICION
Operación		Se produce o realiza algo
Transporte		Cambio de lugar o movimiento de un objeto
Inspección		Verificación de calidad o cantidad del producto
Demora		Interfiere o retrasa el paso siguiente
Almacenamiento		Se guarda o protege el producto o los materiales
Operación Combinada		Para realizar una operación e inspección al mismo tiempo

GRAFICA 22

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PARA LA ELABORACION DE
FIDEO PASTA CORTA SOPA INSTANTANEA



DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueve la eficiencia de la operación del mismo a largo plazo.

La distribución del área física como las construcciones y adecuaciones del local debe brindar condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta y cuidando las condiciones de seguridad e higiene industrial para el trabajador.

Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer a menor costo los requisitos de:

- Calidad del medio ambiente laboral
- Diseño del producto
- Capacidad de cada sección de la planta,
- Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar
- Restricciones de construcción en la localidad.

Para el buen desarrollo o funcionamiento de la Empresa “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” contara con un área de 700 metros cuadrados.

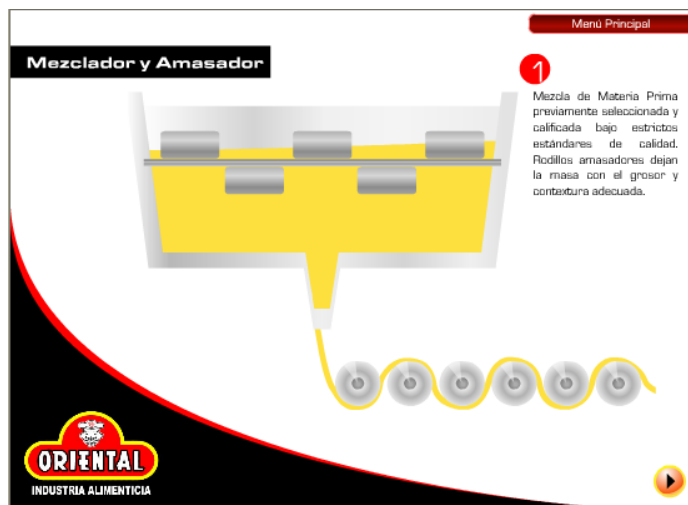
GRÁFICA 23
DISTRIBUSION FISICA PARA LA NUEVA AG. QUITO SUCURSAL
NORTE



Descripción de la Maquinaria y Equipo

La empresa tiene como objetivo ofrecer un producto de buena calidad, por lo que es fundamental utilizar equipos y maquinaria de última tecnología que ofrece los diferentes proveedores, entre estos tenemos:

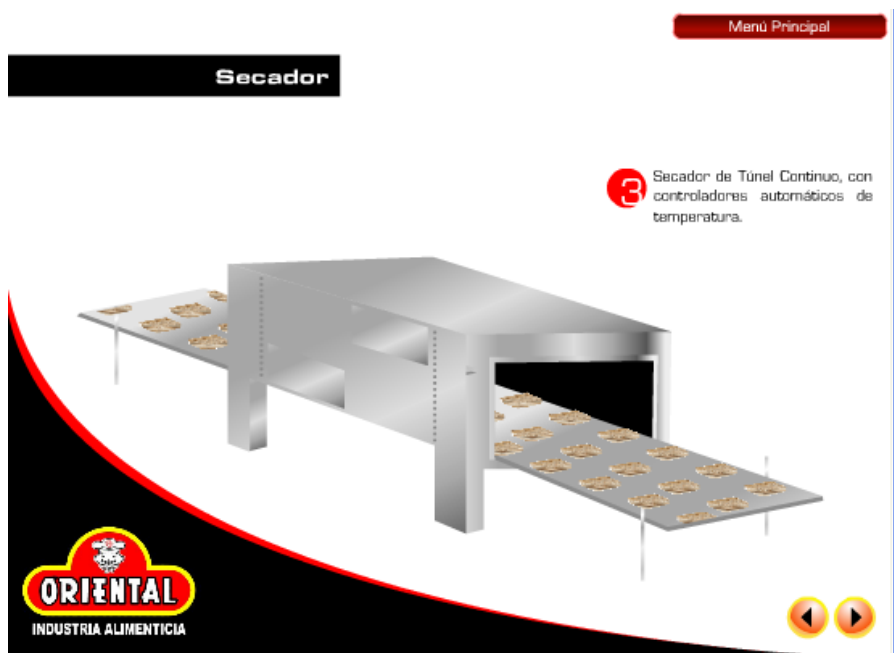
- **Mezclador y Amasador.-** Mezcla de la materia Prima previamente seleccionada y calificada, bajo estrictas estándares de CALIDAD. Rollos amasadores dejan la masa con el grosor y contextura adecuada.



- **Cortador de Masa.-** Proceso de Cortado de acuerdo al tipo de línea de producción.



- **Secador.-** Secador de túnel continuo, con controladores automáticos de temperatura



- **Empaquetado.-** Es una máquina especialmente diseñada para empaquetar automático de flujo continuo.



- **Embalaje.-** El embalaje de los productos se los realiza en una maquina continua se lo realiza en cartón corrugado e identificados..



- **Distribución.-** La Distribución del producto terminado se lo realiza a las diferentes agencias.



Herramientas

- 10 Bandejas
- 10 Cubetas
- 10 Tinas
- 20 Cajas
- 5 Mandiles
- 12 Cuchillos
- 5 Pares de Guantes
- 5 pares de Botas
- 5 Mascarillas

Equipo de Computación

- 3 Computadoras
- 2 Impresoras

Equipo de Oficina

- 2 Sumadora
- 3 Calculadoras
- 6 Teléfonos
- 4 Grapadoras
- 4 Perforadora

Muebles y Enseres

- 3 Escritorios con Sillas
- 5 Sillones de cuero
- 4 Archivador de Cuatro gavetas
- 1 Mesa de sala
- 4 Mesas de trabajo
- 10 Sillas plásticas

Vehículo

- 1 Camioneta

Materiales de Oficina

- 24 resmas de papel Bond
- 48 esferos
- 12 caja de clic
- 12 caja de grapas

Útiles de Aseo

- 6 Escobas
- 6 Trapeadores
- 6 Basureros
- 6 Recogedores de basura
- 4 Toallas pequeñas

- 12 gl. Desinfectante
- 24 pacas de papel higiénico
- 36 Jabones

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

- Para realizar la selección del tipo de sociedad que tendrá la empresa debemos tomar en cuenta lo que dispone la Ley de Compañías y sus reglamentos.

- **ORGANIZACIÓN LEGAL**

Constitución de la Empresa:

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

Para la organización jurídica de la Empresa “**ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA**” está constituida una Compañía de Responsabilidad Limitada conformada a la cabeza por el Señor. Wilson Kung Pik León Lee como Presidente ejecutivo con la Sociedad de sus Hijos Darwin, Javier, Wily y Yuri León Kwang.

La nacionalidad de la Compañía es ecuatoriana, el plazo de duración de cincuenta años contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil del Cantón de la presente escritura pública.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.



CERTIFICADO: Que la escritura de Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada Denominada Oriental Industria Alimenticia O.I.A . C. LTDA. , que antecede conjuntamente con la Resolución No.01 -G-IJ-0003 828 dictada por el Intendente Jurídico de Compañías en Guayaquil, queda inscrita bajo el No.112 en el Registro Mercantil y anotada al No.5219 del Libro Repertorio, en esta fecha,- Quevedo, Diciembre 7 del 2001.

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

Art. 93. Según la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente

responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras -Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola', «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. Existen en la presente los siguientes niveles administrativos.

a) 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 integrado por un grupo de personas.

b) NIVEL DIRECTIVO

Planea, orienta y dirige la vida administrativa, 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 mas no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, director o gerente.

c) NIVEL ASESOR

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa.

Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

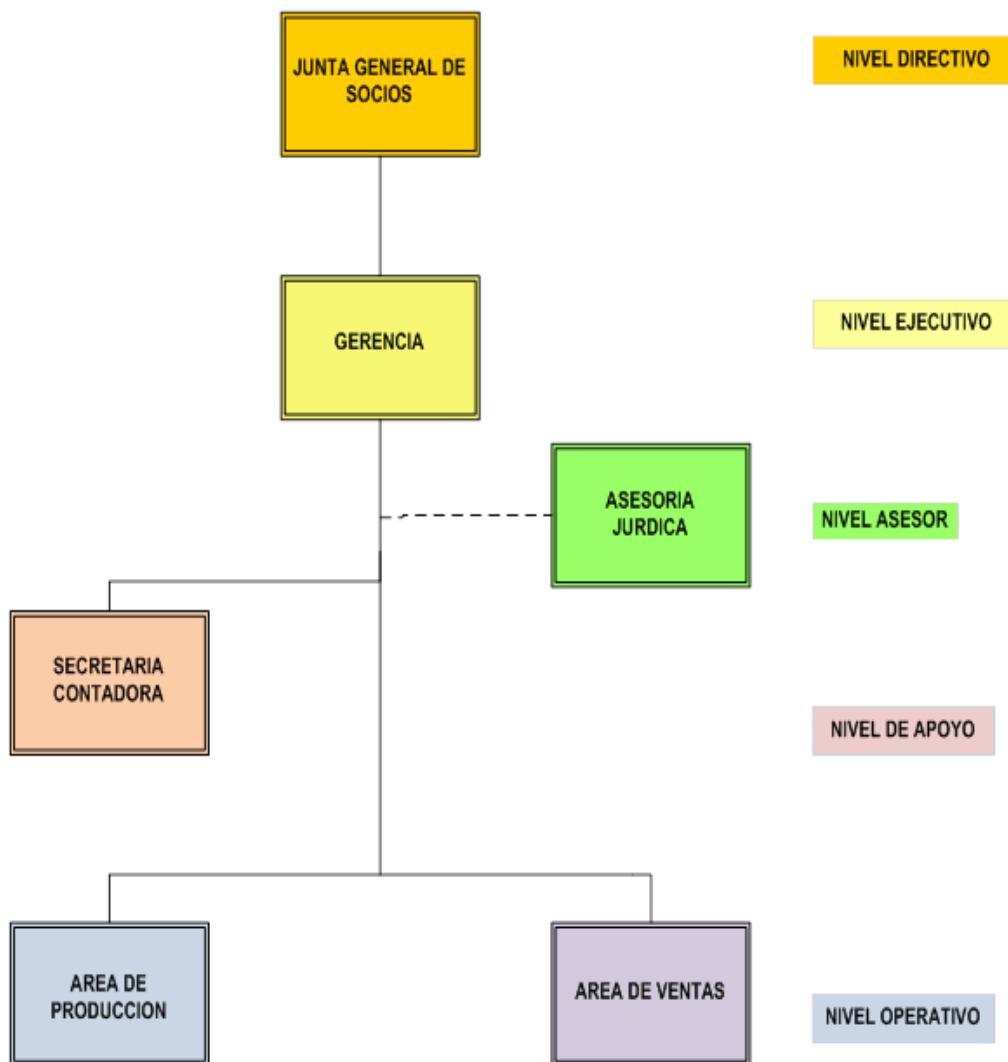
d) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

e) NIVEL OPERATIVO

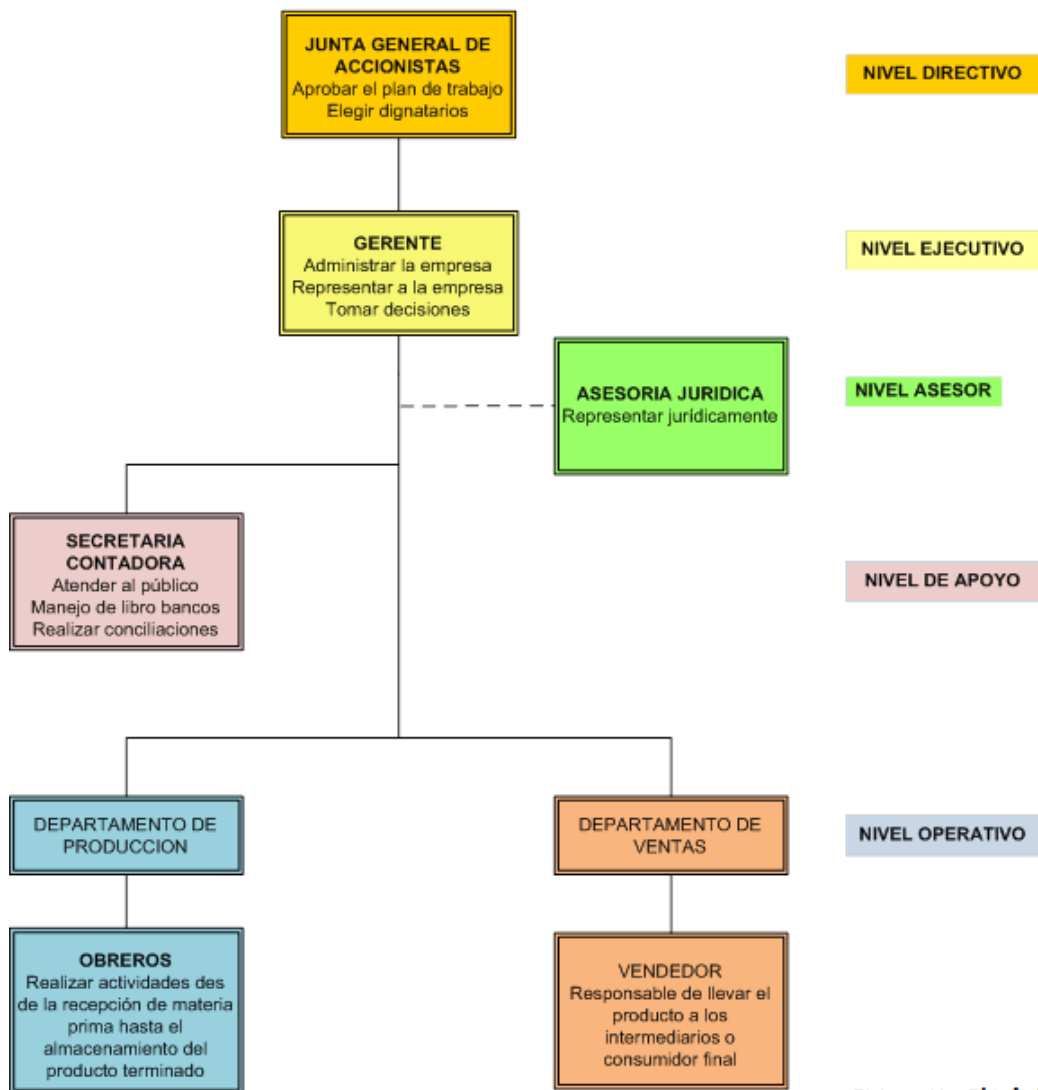
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

GRAFICA 24
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



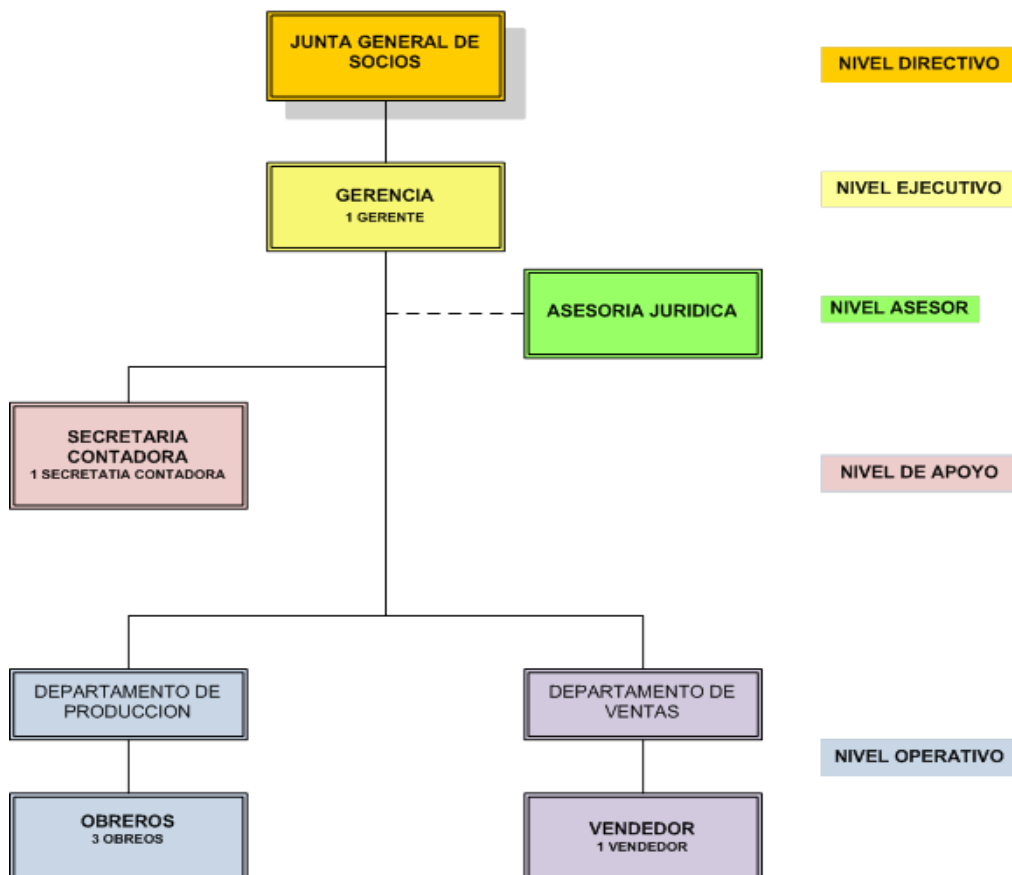
Elaboración: La Autora

GRAFICA 25
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: La Autora

GRAFICA 26
ORGANIGRAMA POSICIONAL



Elaboración: **La Autora**

Los organigramas: Estructural, Funcional y Posicional; no son estables, estos pueden variar de acuerdo a las necesidades de la empresa. Por el momento se presenta un esquema general de cómo se encontrara organizada la empresa.

Manual de Funciones

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización

formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa

DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

NIVEL JERÁRQUICO: LEGISLATIVO

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Establecer la legislación y normatividad que regirá y beneficiará la empresa.

FUNCIONES:

- Discutir y aprobar los medios de mayor trascendencia en la vida de la empresa.
- Tomar decisiones acerca del aumento de capital.
- Deliberar y aprobar los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que corresponden a cada socio.
- Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Legislar y vigilar las políticas que seguirá la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Pertenecer a la empresa en calidad de accionista activo.

TÍTULO DEL PUESTO: **GERENTE**
NIVEL JERÁRQUICO: **EJECUTIVO**
INMEDIATO SUPERIOR: **JUNTA GENERAL DE SOCIOS**
Código: **01**

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.

FUNCIONES:

- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Cumplir con las disposiciones y atribuciones que le otorgue la Junta General de Accionistas.
- Presenta informes en las Juntas Generales de Accionistas sobre la marcha de las actividades de la empresa.
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación del Recurso Humano de toda la empresa.
- Analizar los informes remitidos por producción, la contadora, y el vendedor.
- Ejecutar planes de ventas del producto.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto, requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.
- Cumplimiento de metas

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **EDUCACIÓN:** Título de Ingeniero Comercial.
- **EXPERIENCIA:** Experiencia mínima de dos años en puestos similares.

- **CURSOS:** Microsoft Office, Relaciones Humanas.

TÍTULO DEL PUESTO: **ASESOR JURÍDICO**

NIVEL JERÁRQUICO: **ASESOR**

INMEDIATO SUPERIOR: **GERENTE**

CÓDIGO: **02**

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Asesorar en el área legal, su labor está encaminada a la solución de conflictos legales.

FUNCIONES:

- Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica.
- Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en reuniones de Junta de Socios.
- Facilitar adecuadamente toda la información que sustente cada uno de los conflictos judiciales a su cargo, para que estos puedan ser archivados y custodiados.
- Todos los demás que asignaren los inmediatos superiores.
- Supervisar actividades de la compra de vienes, derechos y acciones para la empresa
- Redactar contratos, convenios, poderes, pagares y otros documentos de tipo legal.
- Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Doctor en Jurisprudencia.
- **Experiencia:** Un año de ejercer esta práctica profesional.

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA

NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE

CÓDIGO: 03

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Apoyo en las actividades administrativas y revisión de todos los movimientos contables para la presentación de informes financieros.

FUNCIONES:

- Administrar las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes.
- Atender a las personas que lleguen a la empresa.
- Mantener al día los archivos generales de la empresa.
- Elaboración de documentos para presentación de informes.
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.
- Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.
- Y las demás tareas que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo a la característica del puesto

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad en el manejo del proceso administrativo y contable.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Licenciada en Contabilidad y auditoría
- Ser afiliado al Colegio de Contadores
- Tener buena presencia y don de mando.
- Experiencia de dos años en puestos similares

TÍTULO DEL PUESTO: **OBRERO**

NIVEL JERÁRQUICO: **OPERATIVO**

INMEDIATO SUPERIOR: **GERENTE**

CÓDIGO: **04**

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Tener conocimiento en actividades de producción.

FUNCIONES:

- Elaboración del producto
- Pesar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria.
- Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo
- Evitar desperdicios de materiales.
- Cumplir con todos los procesos necesarios para evitar tiempos muertos
- Y las demás tareas que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo a la característica del puesto

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere ética moral y profesional.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Bachiller.
- Cursos de Capacitación en procesos productivos
- Cursos de Relaciones Humanas

1 TÍTULO DEL PUESTO: VENDEDOR

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE

CÓDIGO: 05

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Gestionar, realizar y mantener contactos, entrevistas, visitas, ofertas y negociaciones con los clientes actuales y potenciales.

FUNCIONES:

- Responsable de las ventas y promoción del producto en el mercado de la provincia.
- Entregar los productos en los lugares convenidos
- Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Responsabilizarse de la mercadería que le sea asignada.
- Mantener a los clientes informados sobre novedades, posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo
- Cumplir con las órdenes y disposiciones de sus superiores.
- Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades establecidas.
- Y las demás tareas que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo a la característica del puesto

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Encargado de utilizar las herramientas de promoción de la empresa, buscando la captación de nuevos clientes.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título en el área de Administración y ventas
- Experiencia mínima 1 año en ventas
- Cursos de Capacitación en el área de ventas.
- Cursos de Relaciones Humana

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos, necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

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

- Activos Fijos o tangibles.
- Activos Diferidos o Intangibles y,
- Capital de Trabajo.

ACTIVOS FIJOS

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

TERRENO: Constituye el valor del lugar donde se ubicara la nueva empresa. Mismo que se detalla a continuación:

**CUADRO 29
INVERSION DE TERRENO**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
TERRENO	800	M2	30	24.000,00
TOTAL				24.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

CONSTRUCCIÓN: Constituye el valor de las construcciones y adecuaciones en el terreno donde se ubicara la nueva sucursal, de acuerdo al siguiente detalle:

**CUADRO 30
INVERSION EN CONSTRUCCION**

DETALLE	AREA	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
ATENCIÓN A CLIENTES	80	M2	60	4.800,00
BAÑOS Y VESTIDORES	80	M2	50,5	4.040,00
OFICINAS ADMINISTRATIVAS	60	M2	30,5	1.830,00
COMEDOR	60	M2	30,5	1.830,00
ALMACÉN DE PRODUCTO TERMINADO	100	M2	30,5	3.050,00
ALMACÉN DE MATERIA PRIMA	100	M2	40,5	4.050,00
PRODUCCIÓN	320	M2	42,5	13.600,00
TOTAL	800	M2		33.200,00

Fuente: Investigación directa Cámara de la Construcción de Quito

Elaboración: La Autora

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN: Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación. Se detalla a continuación:

**CUADRO 31
INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT	V/TOTAL
Mezclador y Amazador	1	1.600,00	1.600,00
Cortador	1	1.200,00	1.200,00
Secador	1	1.800,00	1.800,00
ENVASADORA	1	3.000,00	3.000,00
TOTAL			7.600,00

Fuente: Investigación directa A almacenes Montero

Elaboración: La Autora

HERRAMIENTAS: Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local. Se detalla a continuación:

**CUADRO 32
INVERSION EN HERREAMIENTAS**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT	V/TOTAL
BANDEJAS	10	5	50
CUBETAS	10	3	30
TINAS	10	5	50
CAJAS	20	3	60
MANDILES	5	15	75
CUCHILLOS	12	2	24
PARES DE GUANTES	5	5	25
PARES DE BOTAS	5	15	75
MASCARILLAS	5	3	15
TOTAL			404

Fuente: Investigación directa almacenes Kywi

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE COMPUTACIÓN: El sistema de información que se va a manejar en la nueva sucursal para desarrollar las actividades administrativas será en lo posible automatizado por ello se requiere la inversión de un sistema computacional.

CUADRO 33
INVERSION EN EQUIPO DE COMPUTACION

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
COMPUTADOR ICORE 5	3	1.000,00	3.000,00
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	2	100	200,00
TOTAL			3.200,00

FUENTE: Investigación directa Computron

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE OFICINA: Constituyen los equipos de oficina utilizados en trámites administrativos. Se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO 34
INVERSION EN EQUIPO DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
SUMADORA	2	50	100
CÁLCULADORA	3	20	60
TELEFONO	6	40	240
GRAPADORA	4	8	32
PERFORADORA	4	7	28
TOTAL			460

FUENTE: Investigación directa Dilipa

ELABORACION: La Autora

MUEBLES Y ENSERES: Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 35
INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES

ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT	V/TOTAL
ESCRITORIOS CON SILLON	3	200	600
SILLONES DE CUERO	5	60	300
ARCHIVADORES DE 4 GAVETAS	4	150	600
MESA DE SALA	1	50	50
MESAS DE TRABAJO	4	100	400
SILLAS DE PLASTICO	10	10	100
TOTAL			2.050,00

FUENTE: Investigación directa Ecomueble

ELABORACION: La Autora

VEHICULO: Se refiere a la adquisición de un vehículo para la movilización del producto, y se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 36			
INVERSION DE VEHICULO			
ARTÍCULO	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
CAMIONETA MAZDA C/S AÑO 2014	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL			20.000,00
FUENTE: Investigación directa Automotores Andina			
ELABORACION: La Autora			

IMPREVISTOS

Todo presupuesto, por más cuidadoso que haya sido realizado, tendrá siempre un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos. Dado que el presente proyecto tiene sus riesgos se utiliza el 5 % para imprevistos.

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación detallamos lo activos Fijos totales:

CUADRO 37	
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS	
ARTÍCULO	V/TOTAL
TERRENO	24.000,00
CONSTRUCCIONES	33.200,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.600,00
HERRAMIENTAS	404
EQUIPO DE COMPUTO	3.200,00
EQUIPO DE OFICINA	460
MUEBLES Y ENSERES	2.050,00
VEHICULO	20.000,00
IMPREVISTOS 5%	4.545,70
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	95.459,70

FUENTE: Cuadros del 29 al 36

ELABORACION: La Autora

DEPRECIACIONES

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por su uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo y tecnológico.

CUADRO 38					
DEPRECIACIONES					
DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
CONSTRUCCIONES	33.200,00	3.320,00	29.880,00	20	1.494,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	760,00	76,00	684,00	10	68,40
HERRAMIENTAS	404,00	40,40	363,60	10	36,36
EQUIPO DE COMPUTO	3.200,00	320,00	2.880,00	3	960,00
EQUIPO DE OFICINA	460,00	46,00	414,00	10	41,40
MUEBLES Y ENSERES	2.050,00	205,00	1.845,00	10	184,50
VEHICULO	20.000,00	2.000,00	18.000,00	5	3.600,00

FUENTE: Cuadro 37
ELABORACION: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

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

CUADRO 39	
RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO	
DETALLE	V/TOTAL
Estudios de Investigación	1.000,00
Estudios de Ingeniería	500
Gastos de Constitución	1.000,00
Permisos de Funcionamiento y Operación	500
Imprevistos 5%	150
TOTAL	3.150,00
FUENTE: Investigación Directa	
ELABORACION: La Autora	

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo:

COSTO PRIMO

Constituyen los costos de los elementos que intervienen directamente en el proceso de producción, y tenemos los siguientes:

MATERIA PRIMA DIRECTA: Son los materiales y suministros que intervienen directamente en el proceso de producción, para conocer la cantidad que se necesita, se toma en cuenta la capacidad utilizada que depende de la cantidad de frascos que se producirán durante el año, es decir la capacidad utilizada para el primer año es de 69.788 tarrinas de 90gr., para conocer el requerimiento anual se toma en cuenta la siguiente

relación 1,08332 libras de Harina se utiliza para la elaboración de una tarrina de 90 gr como se lo demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 40				
MATERIA PRIMA DIRECTA				
ARTÍCULO	UNIDAD EN LIBRAS	V/UNITARIO	V/ MENSUAL	V/TOTAL
Harina Especial (1,08332 libras rinde 90 gr)	75.600	1,2	7560	90.720
TOTAL			7.560	90.720
FUENTE: Capacidad Utilizada x 1,0832				
ELABORACIÓN: La Autora				

MANO DE OBRA DIRECTA: Son los Recursos Humanos que intervienen directamente en el proceso de producción, así tenemos:

CUADRO 41	
MANO DE OBRA DIRECTA	
RUBRO	OBREROS
	3
Sueldo Básico	320,00
Décimo Tercer sueldo	26,67
Décimo Cuarto sueldo	26,50
Vacaciones	13,33
Aporte Patronal 11,15%	35,68
Aporte IECE 0.5%	1,60
Aporte SECAP 0.5%	1,60
REMUNERACION UNIFICADA	425,38
TOTAL REMUNERACION MENSUAL	1.276,14
TOTAL REMUNERACION ANUAL	15.313,68
Fuente: Investigación directa	
Elaboración: La Autora	

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Constituyen los costos de los elementos que intervienen indirectamente en el proceso de producción, y tenemos los siguientes:

MATERIA PRIMA INDIRECTA: Son los materiales y suministros que intervienen indirectamente en el proceso de producción, así tenemos:

CUADRO 42				
MATERIA PRIMA INDIRECTA				
ARTÍCULO	UNIDAD	V/ UNITARIO	V/ MENSUAL	V/TOTAL
TARRINAS PLASTICAS	69.788	0,14	806,40	9.676,80
ETIQUETAS	69.788	0,02	100,80	1.209,60
CAJAS DE CARTON	69.788	0,03	201,60	2.419,20
TOTAL			1.108,80	13.305,60
FUENTE: Investigación Directa				
ELABORACIÓN: La Autora				

COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS: Son costos necesarios para el buen funcionamiento del vehículo y la maquinaria, así tenemos:

CUADRO 43					
COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS					
ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/ MENSUAL	VALOR ANUAL
GASOLINA	GL	70	1,46	102,2	1.226,40
ACEITE	GL	1	40	40	480
REPUESTOS	UNIDAD	1	40	40	480
TOTAL				182,2	2.186,40
FUENTE: Investigación Directa					
ELABORACIÓN: La Autora					

MANTENIMIENTO: Es el costo necesario para mantener en buen estado de funcionamiento de los equipos, así:

CUADRO 44					
MANTENIMIENTO					
ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/ MENSUAL	VALOR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIDAD	1	100	100	1.200,00
TOTAL				100	1.200,00
FUENTE: Investigación Directa					
ELABORACIÓN: La Autora					

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en las operaciones administrativas de la organización, y tenemos los siguientes:

SUELDOS ADMINISTRATIVOS: Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de operaciones, así tenemos:

CUADRO 45		
SUELDOS ADMINISTRATIVOS		
RUBRO	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA
	1	1
Sueldo Básico	600,00	400,00
Décimo Tercer sueldo	50,00	33,33
Décimo Cuarto sueldo	26,50	26,50
Vacaciones	25,00	16,67
Aporte Patronal 11,15%	66,90	44,60
Aporte IECE 0.5%	3,00	2,00
Aporte SECAP 0.5%	3,00	2,00
REMUNERACION UNIFICADA	774,40	525,10
TOTAL REMUNERACION MENSUAL		1.299,50
TOTAL REMUNERACION ANUAL	9.292,80	6.301,20
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS		15.594,00
Fuente: Investigación Directa		
ELABORACIÓN: La Autora		

SERVICIOS BÁSICOS: Constituyen los costos por pago de los servicios de agua, luz y teléfono, así:

CUADRO 46					
SERVICIOS BÁSICOS					
ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	200	0,25	50	600
Agua	M3	50	0,35	17,5	210
Teléfono	MINUTOS	300	0,1	30	360
TOTAL				97,5	1.170,00
FUENTE: Investigación Directa					
ELABORACIÓN: La Autora					

MATERIALES DE OFICINA: Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para las operaciones de oficina, y tenemos los siguientes:

CUADRO 47					
MATERIALES DE OFICINA					
ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR MENSUAL	V/TOTAL
RESMAS DE PAPEL BOND	UNIDAD	24	4,5	9	108
ESFEROS	UNIDAD	12	0,35	0,35	4,2
CLIPS	CAJA	12	0,6	0,6	7,2
GRAPAS	CAJA	12	0,6	0,6	7,2
VARIOS	UNIDAD	1	50	4,17	50
TOTAL				14,72	176,6
FUENTE: Investigación Directa					
ELABORACIÓN: La Autora					

UTILES DE ASEO: Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para el aseo de la oficina, y tenemos los siguientes:

CUADRO 48					
UTILES DE ASEO					
ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR MENSUAL	V/T ANUAL
ESCOBA	UNIDAD	6	2,5	1,25	15
TRAPEADOR	UNIDAD	6	2,5	1,25	15
BASURERO	UNIDAD	6	6	3	36
RECOGEDOR	UNIDAD	6	2,5	1,25	15
TOALLAS	UNIDAD	4	10	3,33	40
DESINFECTANTE	UNIDAD	12	3,5	3,5	42
PAPEL HIGIENICO	DOCENA	24	8	16	192
JABON	UNIDAD	36	0,5	1,5	18
TOTAL				31,08	373
FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA					
ELABORACIÓN: La Autora					

GASTOS DE VENTAS

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en el proceso de venta del producto, y tenemos los siguientes:

SUELDOS EN VENTAS: Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de ventas, así tenemos:

CUADRO 49	
SUELDOS VENTAS	
RUBRO	VENDEDOR
	1
Sueldo Básico	450,00
Décimo Tercer sueldo	37,50
Décimo Cuarto sueldo	26,50
Vacaciones	18,75
Aporte Patronal 11,15%	50,18
Aporte IECE 0.5%	2,25
Aporte SECAP 0.5%	2,25
TOTAL REMUNERACION MENSUAL	587,43
TOTAL REMUNERACION ANUAL	7.049,10
Fuente: Investigación Directa	
ELABORACIÓN: La Autora	

PÚBLICIDAD: Son los costos incurridos en la generación de publicidad para el proceso de venta del producto, y tenemos los siguientes:

CUADRO 50					
PÚBLICIDAD					
ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	R MEN	V/T
ESFEROS	UNIDAD	1.000,00	0	16,7	200
CUÑAS RADIALES (22 AL MES)	UNIDAD	264	4	88	1.056,00
TOTAL				105	1.256,00
FUENTE: Investigación Directa					
ELABORACIÓN: La Autora					

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

A continuación detallamos lo activos circulantes totales para el primer mes:

CUADRO 51

RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
COSTO PRIMO		8.836,14
MATERIA PRIMA DIRECTA	7.560,00	
MANO DE OBRA DIRECTA	1.276,14	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		1.391,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1.108,80	
COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS	182,20	
MANTENIMIENTO	100,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.442,80
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1.299,50	
SERVICIOS BÁSICOS	97,50	
MATERIALES DE OFICINA	14,72	
UTILES DE ASEO	31,08	
GASTOS DE VENTAS		692,10
SUELDOS VENTAS	587,43	
PÚBLICIDAD	104,67	
IMPREVISTOS 5%		618,10
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE		12.980,14
FUENTE: Cuadros del 40 -41-42-43-44-45-46-47-48-49-50		
ELABORACIÓN: La Autora		

INVERSIONES

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

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

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

CUADRO 52		
INVERSIONES TOTALES		
INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		95.459,70
TERRENO	24.000,00	
CONSTRUCCIONES	33.200,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.600,00	
HERRAMIENTAS	404,00	
EQUIPO DE COMPUTO	3.200,00	
EQUIPO DE OFICINA	460,00	
MUEBLES Y ENSERES	2.050,00	
VEHICULO	20.000,00	
IMPREVISTOS 5%	4.545,70	
ACTIVOS DIFERIDOS		3.150,00
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN	1.000,00	
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	500,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.000,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	500,00	
IMPREVISTOS 5%	150,00	
ACTIVO CIRCULANTE		12.980,14
COSTO PRIMO	8.836,14	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	1.391,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.442,80	
GASTOS DE VENTAS	692,10	
IMPREVISTOS 5%	618,10	
TOTAL DE INVERSIONES		111.589,84
FUENTE: Cuadros 37-39 y 51		
ELABORACIÓN: La Autora		

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

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

FUENTES INTERNAS

El 55.19% del total de la inversión que corresponde a \$ 61.589,84 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Pichincha, 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 Pichincha constituirá el 44.81 % que corresponde a \$ 50.000 dólares a 3 años plazo al 16% 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 53		
FINANCIAMIENTO		
FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	55,19%	61.589,84
Crédito Banco del Pichincha	44,81%	50.000,00
TOTAL	100%	111.589,84
FUENTE: Cuadro 51		
ELABORACIÓN: La Autora		

CUADRO 54
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 16% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				50.000,00
1	1.388,89	666,67	2.055,56	48.611,11
2	1.388,89	648,15	2.037,04	47.222,22
3	1.388,89	629,63	2.018,52	45.833,33
4	1.388,89	611,11	2.000,00	44.444,44
5	1.388,89	592,59	1.981,48	43.055,56
6	1.388,89	574,07	1.962,96	41.666,67
7	1.388,89	555,55	1.944,44	40.277,78
8	1.388,89	537,03	1.925,93	38.888,89
9	1.388,89	518,51	1.907,41	37.500,00
10	1.388,89	500	1.888,89	36.111,11
11	1.388,89	481,48	1.870,37	34.722,22
12	1.388,89	462,96	1.851,85	33.333,33
13	1.388,89	444,44	1.833,33	31.944,44
14	1.388,89	425,93	1.814,81	30.555,56
15	1.388,89	407,41	1.796,30	29.166,67
16	1.388,89	388,89	1.777,78	27.777,78
17	1.388,89	370,37	1.759,26	26.388,89
18	1.388,89	351,85	1.740,74	25.000,00
19	1.388,89	333,33	1.722,22	23.611,11
20	1.388,89	314,81	1.703,70	22.222,22
21	1.388,89	296,3	1.685,19	20.833,33
22	1.388,89	277,78	1.666,67	19.444,44
23	1.388,89	259,26	1.648,15	18.055,56
24	1.388,89	240,74	1.629,63	16.666,67
25	1.388,89	222,22	1.611,11	15.277,78
26	1.388,89	203,7	1.592,59	13.888,89
27	1.388,89	185,19	1.574,07	12.500,00
28	1.388,89	166,67	1.555,56	11.111,11
29	1.388,89	148,15	1.537,04	9.722,22
30	1.388,89	129,63	1.518,52	8.333,33
31	1.388,89	111,11	1.500,00	6.944,44
32	1.388,89	92,59	1.481,48	5.555,56
33	1.388,89	74,07	1.462,96	4.166,67
34	1.388,89	55,56	1.444,44	2.777,78
35	1.388,89	37,04	1.425,93	1.388,89
36	1.388,89	\$ 18,52	1.407,41	\$ 0,00
TOTAL	50.000,00		62.333,34	
FUENTE: Cuadro 53				
ELABORACIÓN: La Autora				

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.

Lo presupuestario de estos costos requiere ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto, como se lo indica en el siguiente cuadro:

CUADRO 55					
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO	119.339,28	124.303,79	129.474,83	134.860,98	140.471,20
Materia Prima Directa	90.720,00	94.493,95	98.424,90	102.519,38	106.784,18
Materia Prima Indirecta	13.305,60	13.859,11	14.435,65	15.036,18	15.661,68
Mano de Obra directa	15.313,68	15.950,73	16.614,28	17.305,43	18.025,34
COSTO DE PRODUCCION	3.386,40	3.527,27	3.674,01	3.826,85	3.986,04
Combustibles, Lubricantes y Repuestos	2.186,40	2.277,35	2.372,09	2.470,77	2.573,56
Mantenimiento	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49
GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.313,60	18.033,85	18.784,05	19.565,47	20.379,39
Sueldos Administrativos	15.594,00	16.242,71	16.918,41	17.622,21	18.355,30
Servicios Básicos	1.170,00	1.218,67	1.269,37	1.322,17	1.377,18
Materiales de Oficina	176,6	183,99	191,64	199,61	207,92
Útiles de Aseo	373	388,48	404,64	421,47	439,00
GASTOS DE VENTAS	8.305,10	8.650,63	9.010,50	9.385,34	9.775,77
Sueldos de Ventas	7.049,10	7.342,34	7.647,78	7.965,93	8.297,31
Publicidad	1.256,00	1.308,29	1.362,72	1.419,41	1.478,45
DEPRECIACIONES	7.000,26	7.000,26	7.000,26	6.040,26	6.040,26
Construcciones	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00	1.494,00
Maquinaria y Equipo	684,00	684,00	684,00	684,00	684,00
Herramienta	36,36	36,36	36,36	36,36	36,36
Equipo de Computo	960,00	960,00	960,00	0,00	0,00
Equipo de Oficina	41,40	41,40	41,40	41,40	41,40
Muebles y enseres	184,50	184,50	184,50	184,50	184,50
Vehículo	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
GASTOS FINANCIEROS	7407,78	4.741,11	2.074,44	630,00	630,00
Amortización de Activo Diferido	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00
Interés Préstamo	6777,78	4.111,11	1.444,44	0,00	0,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	162.752,46	166.256,92	170.018,09	174.308,90	181.282,67

FUENTE: Cuadros del 37 al 47 y del 52 al 54 Tasa de Inflación 2014 (4.16%)

ELABORACIÓN: La Autora

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de unidades de extracto del Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea.

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

Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 50% en función a la competencia. Para la determinación del precio para su comercialización aplicaremos la siguiente fórmula matemática.

$$PV = \text{Costo Unitario} + MU$$

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Nro. de Productos}}$$

$$CU = \frac{CT}{\text{Nro. P.}}$$

$$CU = \frac{162752.46}{209.788}$$

$$CU = 0,77$$

$$PUV = CU + MU$$

$$PUV = 0,77 + 50\%$$

$$PUV = 1,15$$

Una vez determinado el precio de venta la tarrina de 90gr del Fideo Pasta Corta-Sopa Instantanea para el primer año, se proyecta para los 5 años de vida útil del proyecto y luego se determina el presupuesto anual de ingresos, el cual detallamos en el siguiente cuadro:

INGRESOS TOTALES						
AÑO	COSTOS TOTALES	TARRINAS DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTANEA PRODUCIDOS	COSTO X TARRINA	MARGEN DE UTILIDAD (50%)	PRECIO DE VENTA X TARRINA	INGRESOS TOTALES
1	162,752.46	209788	0,77	0,38	1,15	244128,69
2	166,256.92	209788	0,77	0,39	1,18	249,385.38
3	170,018.09	227702	0,75	0,38	1,12	255,027.14
4	174,308.90	256336	0,68	0,34	1,02	261,463.35
5	181,282.67	247203	0,73	0,37	1,10	271,924.01

FUENTE: Cuadros 27 y 55
ELABORACIÓN: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

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

CUADRO. 57					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS					
PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VE	244.128,69	249.385,38	255.027,14	261.463,35	271.924,01
(-) COSTO TOTAL	162.752,46	166.256,92	170.018,09	174.308,90	181.282,67
(=) UTILIDAD BRU	81.376,23	83.128,46	85.009,05	87.154,45	90.641,34
(-) 15% UTILIDAD	12.206,43	12.469,27	12.751,36	13.073,17	13.596,20
(=) UTILIDAD ANTI	69.169,80	70.659,19	72.257,69	74.081,28	77.045,14
(-) 25% DE IMPUE	17.292,45	17.664,80	18.064,42	18.520,32	19.261,28
(=) UTILIDAD LIQU	51.877,35	52.994,39	54.193,27	55.560,96	57.783,85
(-) RESERVA LEG	5.187,73	5.299,44	5.419,33	5.556,10	5.778,39
(=) UTILIDAD NE	46.689,61	47.694,95	48.773,94	50.004,87	52.005,47

FUENTE: Cuadro 55
ELABORACIÓN: La Autora

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 de producción.

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, en función de las ventas y de producción, utilizando además la forma gráfica para su representación.

CUADRO 58				
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES				
COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	0	119.339,28	0,00	140.471,20
Materia Prima Directa		90.720,00		106.784,18
Materia Prima Indirecta		13.305,60		15.661,68
Mano de Obra Directa		15.313,68		18.025,34
COSTO DE PRODUCCION		3.386,40		3.986,05
Combustibles, Lubricantes y Repuestos		2.186,40		2.573,56
Mantenimiento		1.200,00		1.412,49
GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.313,60	0,00	20.379,40	0,00
Sueldos Administrativos	15.594,00		18.355,30	
Servicios Básicos	1.170,00		1.377,18	
Materiales de Oficina	176,64		207,92	
Útiles de Aseo	372,96		439,00	
GASTOS DE VENTAS	8.305,14	0,00	9.775,76	0,00
Sueldos de Ventas	7.049,10		8.297,31	
Publicidad	1.256,04		1.478,45	
DEPRECIACIONES	7.000,26	0,00	6.040,26	0,00
Construcciones	1.494,00		1.494,00	
Maquinaria y Equipo	684,00		684,00	
Herramientas	36,36		36,36	
Equipo de Computo	960,00		0,00	
Equipo de Oficina	41,40		41,40	
Muebles y Enseres	184,50		184,50	
Vehículo	3.600,00		3.600,00	
GASTOS FINANCIEROS	7.407,78	0,00	630,00	0,00
Amortización de Activo Diferido	630,00		630,00	
Interese de Préstamo	6.777,78		0,00	
TOTAL DE COSTO	40.026,78	122,725,68	36,825,42	144,457,25
FUENTE: Cuadro 55				
ELABORACIÓN: La Autora				

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.

Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ingresos o de operación en el cual la empresa no tiene utilidades ni pérdidas, es decir los ingresos son iguales a los costos. El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos: matemáticamente y gráficamente.

AÑO 1

EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} \times 100$$

$$PE = \frac{40026.78}{244128.69 - 122725.68} \times 100$$

$$PE = 32,97\%$$

EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{40026.78}{1 - \frac{122725.68}{244128,69}}$$

$$PE = \frac{40026.78}{1 - 0.50270896}$$

PE = 80.489,65

EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{P.V \text{ unitario} - C V \text{ Unitario}}$$

$$PE = \frac{40026.78}{1,15 - 0,59}$$

PE = 71476

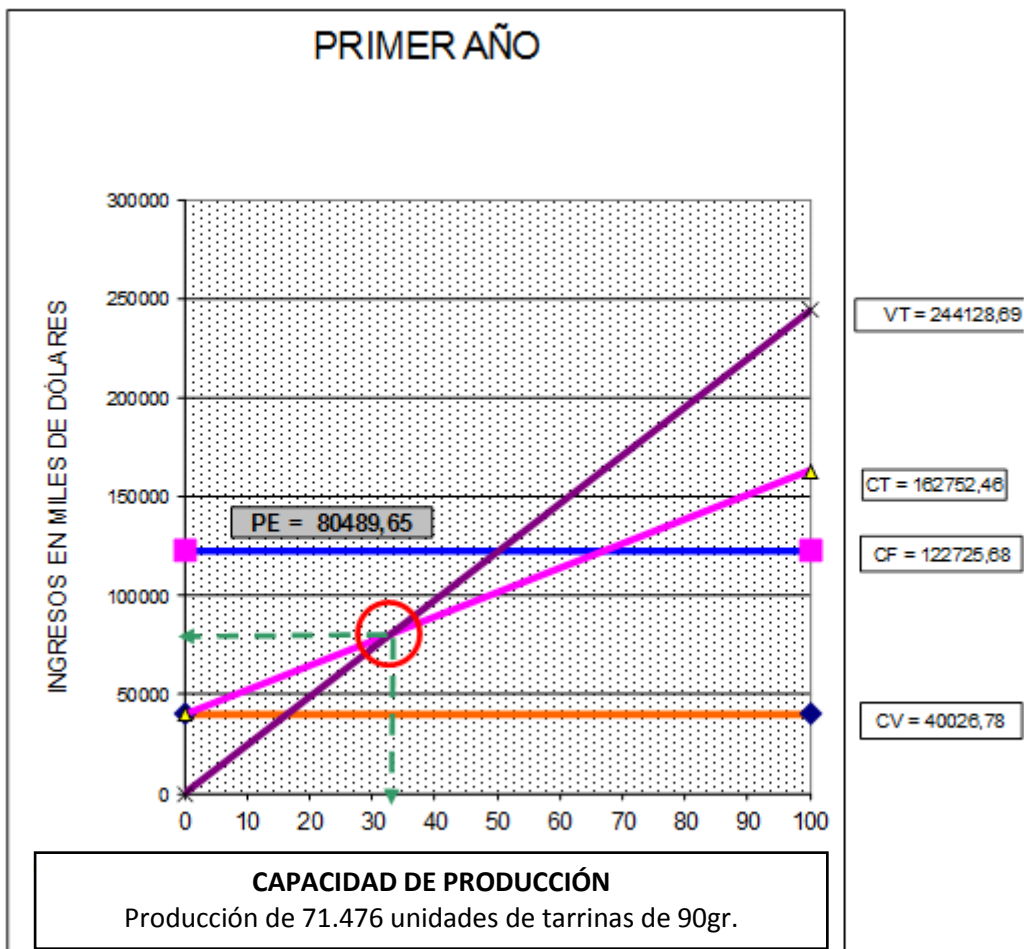
PVu = 1,15

Costo Variable Unitario = CVT/# Unidades producidas

Costo Variable Unitario = 122725.68/209.788

Costo Variable Unitario = 0,59 Dólares

**GRAFICA 27
EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA**



ELABORACION: La Autora

Como se puede verificar en el gráfico en el año 1 la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando trabaje con una capacidad instalada del 32,97 %, con una producción de 71476 unidades de tallarines de 90g. y cuando tenga ingresos de 80.489,65 en este punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

EN FUNCION DE L CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{36825.42}{271924.01 - 144457.25} \times 100$$

$$PE = \frac{36825.42}{127466.76} \times 100$$

$$PE = 28,89\%$$

EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{36825.42}{1 - \frac{144457.25}{271924.01}}$$

$$PE = \frac{36825.42}{1 - 0.53124125}$$

$$PE = 78.559.43$$

EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{P.V \text{ unitario} - C V \text{ Unitario}}$$

$$PE = \frac{36825.42}{1,10 - 0,58}$$

$$PE = 70818$$

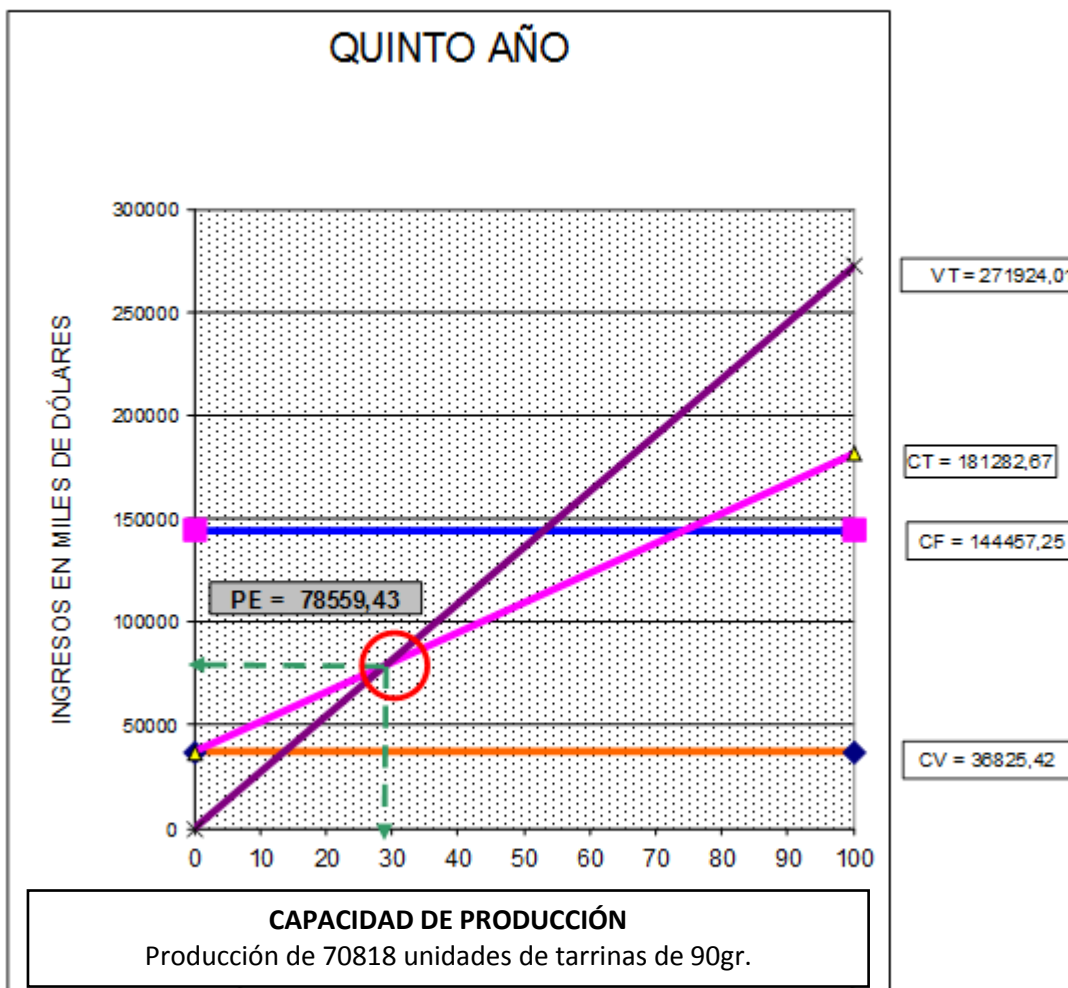
$$PVu = 1,10$$

Costo Variable Unitario = CVT/# Unidades producidas

Costo Variable Unitario = 144.457.25/247.203

Costo Variable Unitario = 0,58 Dólares

GRAFICA 28
EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

Como se puede determinar en el año 5 la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando trabaje con una capacidad instalada del 28,89%, produzca 70818 unidades de tallarines de 90g. y tenga ingresos de 78.559,43 en este 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.

CUADRO 59						
FLUJO DE CAJA						
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		244.128,69	249,385.38	255,027.14	261,463.35	271,924.01
VALOR RESIDUAL				320.00		2,000.00
CAPITAL PROPIO	61.589,84					
CAPITAL EXTERNO	50.000,00					
TOTAL INGRESOS	111.589,84	244.128,69	249,385.38	255,347.14	261,463.35	273,924.01
EGRESOS						
INVERSION INICIAL	111.589,84					
(-) COSTO TOTAL		162.752,46	166,256.92	170,018.09	174,308.90	181,282.67
TOTAL EGRESOS	111.589,84	162.752,46	166,256.92	170,018.09	174,308.90	181,282.67
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		81.376,23	83,128.46	85,329.05	87,154.45	92,641.34
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		12.206,43	12,469.27	12,799.36	13,073.17	13,896.20
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA		69.169,80	70,659.19	72,529.69	74,081.28	78,745.14
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA		17.292,45	17,664.80	18,132.42	18,520.32	19,686.28
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		51.877,35	52,994.39	54,397.27	55,560.96	59,058.85
(+) DEPRECIACIONES		7.000,26	7,000.26	7,000.26	6,040.26	6,040.26
(+) AMORTIZACIONES		630,00	630.00	630.00	630.00	630.00
FLUJO NETO	0.00	59.507,61	60,624.65	62,027.53	62,231.22	65,729.11
FUENTE: Cuadro 55 Y 56						
ELABORACIÓN: La Autora						

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para definir finalmente si se opta ejecutar el proyecto e implementar la empresa es necesario contar además del estudio económico con una base sólida y técnica que permita con certeza tomar una u otra decisión; para ello se efectúa la evaluación financiera del proyecto con al menos cinco indicadores: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio – costo, periodo de recuperación de capital y análisis de sensibilidad del proyecto.

En base a dichos resultados se podrá determinar además la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto. Esta es una de las fases más importantes al momento de decidir la puesta en marcha del negocio y el proyectista debe

tener cautelosa determinación e interpretación ante cada uno de los indicadores.

Para poder efectuar dicha evaluación es necesario contar primeramente con el Flujo de Caja proyectado para todos los años de vida útil determinados para el proyecto, considerando los ingresos y egresos reales de dinero en la empresa si se pusiera en marcha.

VALOR ACTUAL NETO

Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros, que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés (la tasa de descuento), y compararlos con el importe inicial de la inversión.

El valor actual neto representa el total de los recursos que quedan en la empresa al final de su vida útil.

Se tomó como base el 16% porque es el porcentaje del interés del costo del préstamo realizado al Banco de Pichincha.

FORMULA

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

DATOS:

1 = Constante

i = Tasa de interés (16%)

n = Numero de periodo

$$FA \text{ Año } 1 = \frac{1}{(1 + 0,16)^1}$$

$$FA \text{ Año } 1 = \frac{1}{1,16}$$

$$FA \text{ Año } 1 = 0,862068966$$

CUADRO 60			
VALOR ACTUAL NETO			
PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION 16%	VALOR ACTUALIZADO
0	111589,84		
1	59,507.61	0.862068966	51,299.66
2	60,624.65	0.743162901	45,053.99
3	62,027.53	0.640657674	39,738.41
4	62,231.22	0.552291098	34,369.75
5	65,729.11	0.476113015	31,294.48
	Sumatoria valor actualizado		201,756.30
		Inversión	111,589.84
		VAN AL 16%	90,166.46
ELABORACIÓN: La Autora			

VAN = SUMATORIA FLUJO NETO – INVERSION INICIAL

VAN = 201,756.30 – 111,589.84

VAN = 90,166.46

Análisis: Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta

Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Como el VAN es positivo el proyecto se aceptable, ya que se tendrá 90,166.46 dólares luego de haber recuperado la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

CUADRO 61					
TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		46.00%		47.00%	
0	111.589.84		111,589.84		111,589.84
1	59507.61	0.684932	40,758.64	0.680272	40,481.37
2	60624.65	0.469131	28,440.91	0.462770	28.055.28
3	62027.53	0.321323	19,930.85	0.314810	19.526.86
4	62231.22	0.220084	13,696.10	0.214156	13.327.20
5	65729.11	0.150743	9,908.17	0.145684	9.575.71
			1144.83		-623.42

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR} \right)$$

$$TIR = 46 + 1 \left(\frac{1144.83}{1786.25} \right)$$

$$TIR = 46.65\%$$

Análisis:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente ejecutar el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto

En el presente proyecto la TIR es de 46.65 %, siendo esta muy superior al costo del capital, por lo cual es conveniente la realización del proyecto.

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 la empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO 62
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	111,589.84		
1		59,507.61	59,507.61
2		60,624.65	120,132.26
3		62,027.53	182,159.79
4		62,231.22	244,391.01
5		65,729.11	310,120.12

$$\text{PRC} = \text{AÑO ANTERIOR ACUBRIR LA INVERSION} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSION} - \text{INVERSION}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSION}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{120,132.26 - 111,589.84}{60,624.65}$$

$$\text{PRC} = 1.1409$$

$$\text{PRC} = 1 \text{ AÑO}$$

$$\text{PRC} = 0.1409 \times 12 = \mathbf{1 \text{ MES}}$$

$$\text{PRC} = 0.6908 \times 30 = \mathbf{20 \text{ DIAS}}$$

La inversión del proyecto se la recuperará en 1 año, 1 mes y 20 días.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Es otro indicador financiero que permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos por lo que se considera el valor de actualización.

CUADRO 63
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZA	INGRESOS ACTUALIZA	EGRESOS ACTUALIZA
1	244128,69	162.752,46	0,892857143	217972,04	145314,70
2	249385,38	166256,92	0,797193878	198808,50	132539,00
3	255027,14	170018,09	0,711780248	181523,28	121015,52
4	261463,35	174308,9	0,635518078	166164,69	110776,46
5	271924,01	181282,67	0,567426856	154296,99	102864,66
				918765,50	612510,33

$$\text{RB/C} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$\text{RB/C} = \frac{918765,50}{612510,33}$$

$$\text{RB/C} = \mathbf{1.50}$$

Análisis: Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno se rechaza el proyecto

La empresa ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA, tiene una relación de beneficio – costo de \$ 1.50 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$ 0.50.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En el proyecto se ha estimado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro.

CUADRO 64
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON AUMENTO EN LOS COSTOS DEL 21.85% EN LOS COSTOS

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD								
AÑOS	COSTOS ORIG.	COSTOS TOT. ORIGINALES	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	Actualizacion			
					Factor de Actualizacion 31,00%	VAN Menor	Factor de Actualizacion 32,00%	VAN Mayor
		21,85%			31		32	
0	111589,84							
1	162752,46	198313,8725	244128,69	45814,82	0,76335877862595	34973,1431	0,75757575757576	34708,1951
2	166256,92	202584,057	249385,38	46801,32	0,58271662490531	27271,909	0,57392102846648	26860,2634
3	170018,09	207167,0427	255027,14	47860,10	0,44482185107276	21289,2171	0,43478865792915	20809,0275
4	174308,90	212395,3947	261463,35	49067,96	0,33955866494103	16661,4494	0,32938534691603	16162,2655
5	181282,67	220892,9334	271924,01	51031,08	0,25920508774125	13227,5147	0,24953435372426	12734,0067
						113423,233		111273,758
						111589,84		111589,84
						1833,39		-316,08

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN MENOR}{VAN MENOR - VAN MAYOR} \right)$$

$$NTIR = 31,85 + 0.01 \left(\frac{1833,39}{1833,39 - (-316,08)} \right) = 31,85\%$$

$$DIFERENCIAS TIR = 46.65 - 31.85 = 14,80\%$$

$$PORCENTAJE DE VARIACION = \frac{14.80}{46.65} = 31,73\%$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{31.73}{31.85} = 0.99$$

Análisis:

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno

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

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 21,85%.

CUADRO 65
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS DEL 14.57 EN LOS INGRESOS

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD								
AÑOS	COSTOS ORIG.	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOT. ORIGINALES	FLUJO NETO	Actualización			
					Factor de Actualización 31,00%	VAN Menor	Factor de Actualización 32,00%	VAN Mayor
			14,57%		31,00		32	
0	111589,84							
1	162752,46	244128,69	208559,14	45806,68	0,76335877862595	34966,9312	0,75757575757576	34702,0302
2	166256,92	249385,38	213049,93	46793,01	0,58271662490531	27267,0649	0,57392102846648	26855,4925
3	170018,09	255027,14	217869,69	47851,60	0,44482185107276	21285,4354	0,43478865792915	20805,3311
4	174308,90	261463,35	223368,14	49059,24	0,33955866494103	16658,49	0,32938534691603	16159,3948
5	181282,67	271924,01	232304,68	51022,01	0,25920508774125	13225,165	0,24953435372426	12731,7447
						113403,087		111253,993
						111589,84		111589,84
						1813,25		-335,85

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR} \right)$$

$$NTIR = 31.84 + 0.01 \left(\frac{1813,25}{1813,25 - (-35,85)} \right) = 31.84\%$$

$$DIFERENCIAS\ TIR = 46.65 - 31.84 = 14.81\%$$

$$PORCENTAJE\ DE\ VARIACION = \frac{14.81}{46.65} = 31.75\%$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{31.75}{31.84} = 0.99$$

Análisis:

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno

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

El proyecto no es sensible y resiste una disminución en los ingresos del 14.57%.

h. CONCLUSIONES

Al analizar los resultados generales de todo el estudio realizado se determinó las siguientes conclusiones:

- En el Estudio de Mercado se pudo determinar que existe una amplia demanda insatisfecha 1.200.705, con lo que la empresa ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA y que al trabajar el 100% de la capacidad instalad se cubrirá el 7,26% de la demanda insatisfecha.
- La empresa estará localizada en el barrio de Carcelén Industrial localizado en el sector Norte de la ciudad de Quito, dispondrá de un terreno propio de 700m² y una infraestructura de 300 m², dotada de todos los servicios indispensables para el normal funcionamiento de la sucursal.
- En el proceso productivo para la elaboración del Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea se utilizarán maquinarias y equipos de última tecnología, a fin de garantizar la obtención de un producto de óptima calidad, nutritivo, sano y Rápido para su preparación.
- Las inversiones totales del proyecto suman un valor de \$111.589,84 mismos que serán financiados con recursos propios a través de la aportación de los socios de \$61.589,84 (55,19%) y con fuentes externas con la obtención de un préstamo a una entidad financiera

por el valor de USD \$ 50.000,00 (44,81%), el mismo que será solicitado a un plazo de 3 años, con una Tasa Activa Máxima del 16% de acuerdo a la tasa vigente autorizada por el BCE.

- Los indicadores de la evaluación financiera presentan los siguientes resultados:
 - **VAN** positivo de \$90.166,46, lo que indica que el proyecto de inversión es conveniente.
 - **TIR** es mayor al costo de capital en un porcentaje de 46,65%
 - **R (B/C)** \$1,50 dólares
 - **PRC** el capital se recuperará en 1 año 1 mes.
 - **ANALISIS DE SENSIBILIDAD** el proyecto resiste un incremento en los costos del 21,85% y una disminución en los ingresos del 14,57%, razón por lo cual se considera que el proyecto no es sensible.

i. **RECOMENDACIONES**

Una vez concluido el trabajo de investigación se realiza las siguientes recomendaciones:

- Diseñar estrategias de marketing u otros factores a fin de promocionar el producto en el mercado difundiendo las características y beneficios del mismo; para de esta manera tratar de abarcar el mercado establecido.
- Realizar la contratación de mano de obra local, reduciendo problemas de desocupación en el sector Norte de la ciudad de Quito mejorando su nivel de vida.
- Utilizar todos los componentes técnicos y materia prima estipulados dentro del proyecto, ya que de ello depende la cantidad y calidad de la producción.
- Se recomienda que los inversiones no excedan del presupuesto de la inversión debido a que todo el análisis financiero se lo realizo con las cantidades establecidas.
- La implementación del proyecto es recomendable bajo el punto de vista económico financiero, como se pudo evidenciar en los indicadores aplicados en el análisis financiero.

j. BIBLIOGRAFIA

- HEINCE, R, 2011, p.45
- AL RIES, 2008
- A.F STONER James, FREEMAN Edward, 1996,
- FRED R. David; 2003
- ENRÍQUEZ, M ,1998
- MONGE G, 2009
- PETERS, Tom 2008
- Esparza, A, 2009
- ISO 9000:2000: "Sistemas de Gestión de la Calidad. Conceptos y Vocabulario
- KOTTLER PHILIP., 2009
- Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008)
- Art. 136 de la Ley de Compañías
- Art. 99 de la ley de Compañías
- AMAT, ORIOL, 2004
- SANTANDREU E, 2009
- AMAT O, 2008
- MONDINO, D, 2007
- Banco Central del Ecuador, 2010
- <http://geoinfo.quito.gob.ec>

k. ANEXOS
ANEXO 1: Proyecto Aprobado



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTÁNEA DE 90GR. DE LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” PARA EL NORTE DE QUITO”

Proyecto de tesis previo a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial

AUTOR:

KATYA PAULINA TAPIA VILLACIS

TUTOR:

DR. LUIS QUIZHPE SALINAS.

LOJA-ECUADOR

2014

a. TEMA

PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCION EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTANEA DE 90GR. DE LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.” PARA EL NORTE DE QUITO

b. PROBLEMÁTICA

El impulso de empresas productoras y comercializadoras, representan una alternativa viable que genera trabajo y satisfacción al mercado, aportando al desarrollo de la economía nacional en base al aprovechamiento de productos de consumo masivo que hoy en día la empresa **“ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA.** Cuenta para satisfacer las necesidades de los Clientes como de los consumidores.

El Norte del Distrito Metropolitano de Quito está conformado por los siguientes Barrios: Belisario Quvedo, Carcelen, Cochapamba, Comité del Pueblo, Concepción, Cotocollao, El Condado, Ñaquito, Itchimbia, Jipijapa, Kennedy, Mariscal Sucre, Ponceano, Rumipamba³⁹, San Isidro del Inca y San Juan. Zonas de Alta densidad Muchos de los barrios del norte de la ciudad son de carácter residencial, los más pudientes y hombres de

³⁹ Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC (2013).

negocios escogieron para vivir, es también donde se encuentra ubicado el centro financiero, bancario, sede de muchas empresas multinacionales y embajadas. Las casas matrices de muchos de los principales bancos que operan en Ecuador se encuentran ubicadas en esta parte de la ciudad.⁴⁰

El crecimiento de puntos de ventas en la provincia de pichincha y la distancia con respecto a la sucursal que está al sur de Quito, razón por la cual se está dejando de atender a Clientes potenciales de toda índole como son: Clientes tienda a tienda, supermercados, chifas, restaurantes y otros, por lo que genera inconformidad con los Clientes, Distribuidores del Sector que quieren contar con el producto como es: Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. Y el resto de productos, Por la frecuencia de Visita que realizan la Fuerza de Ventas que son a los 15 días de Visita los Clientes se quedan desabastecidos razón por la cual estamos dejando que la COMPETENCIA tenga más presencia en las perchas de los negocios por lo que se ha visto le NECESIDAD de abrir una sucursal al Norte de Quito, eso significará mayor presencia como MARCA con todos los productos que cuenta la Empresa.

En cuanto a la viabilidad del negocio se puede ver que hay una gran oportunidad de crear y explotar este nicho de mercado, dado que el objetivo principal de esta propuesta consiste en atraer y mantener a los cientos de personas que, constantemente, buscan los productos que ofrece la empresa

⁴⁰ Germán Arteta Vargas (2006). «[Especial: Fundación de Quito](#)»

y que muchas veces tienen que salir a un comisariato para poder adquirir cuando la empresa lo puede dar el servicio hacia su local.

La implementación de esta Nueva SUCURSAL generará una fuente de empleo para cerca de 15 personas inicialmente entre: parte administrativa (Facturador – Cartera – Bodegueros) parte comercial (Supervisores, Vendedores Choferes ayudantes de reparto), personal de aseo y de seguridad, entre otros. Éste es un punto muy importante ya que el negocio traerá beneficios para la sociedad, mediante la creación de nuevos empleos bien remunerados y de calidad, lo cual en el largo plazo aportará para impulsar el desarrollo económico de la ciudad de Quito, logrando así mejorar la calidad de vida de la población del Norte de Quito, dando cumplimiento al uno de los objetivos del Plan del Buen Vivir. Además, se ofrecerá productos de buena calidad que no dañen la salud de los habitantes.

Por lo tanto, en este proyecto se puede decir que, la misión de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para sus clientes y usuarios, sin olvidar la aplicación de normas sanitarias y ambientales exigidas para la implantación de la Nueva Sucursal y la distribución del Producto Fideo de Pasta Corta -Sopa Instantánea de 90gr.

c. JUSTIFICACION

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA:

Este proyecto de inversión se lo considera de importancia, ya que en su desarrollo de Crecimiento de la Empresa por seguir posesionando la gama de productos que tienen la misma, y de esa manera estar posesionados en el mercado esto se ha visto en crear una nueva sucursal y comercializar EL Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. Producto de rápida preparación que les permita a las personas que no necesariamente se requiere tener una cocina a lado para poder preparar sino facilitar al consumidor su preparación.

La formación de esta nueva sucursal será de gran rentabilidad para los dueños-accionistas, y los consumidores se beneficiarán de dicho producto de fácil preparación, con grandes cualidades nutritivas que satisfaga las demandas del mercado consumidor, con precios accesibles; cooperando de esta forma con la estabilidad económica de nuestro país.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL:

La presente investigación se constituye en un aporte para la transformación social, con este proyecto impulsará a que la colectividad se vincule con el desarrollo y superación, siendo así una alternativa de inversión para quienes desean el adelanto de nuestro ciudad.⁴¹

⁴¹ COLLINS, Jim (2008), Las empresas que sobresalen, Mc Grill

Su desarrollo impulsará la creación de empleo de manera directa e indirecta, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los habitantes y establecer un entorno más equitativo que permita generar un crecimiento sostenido y sustentable de la sociedad.⁴²

Además, permitirá fomentar el desarrollo del Sector Norte de la ciudad de Quito, impulsando la creación de Sucursales que brinden empleo, a nivel Nacional.

El consumo de los productos Oriental, ayudará a estar más posesionados en el mercado y que los Clientes como los consumidores tengan hábitos de consumo de la variedad de productos que ofrece la Empresa y en especial con el Producto Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr.

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA:

En calidad de egresado en la Carrera de Administración de Empresas y luego de haber asimilado todos los conocimientos impartidos, se realizará un proyecto de inversión para la implementación de una Sucursal de Distribución Exclusiva de Fideo Pasta- Sopa Instantánea de 90gr. Para el Norte de la Ciudad de Quito constituyéndose en un aporte fundamental para mejorar el nivel de vida y bienestar de los habitantes del sector enfocados en

⁴² EDUARDO TORRES HERRERA INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

la realidad social, permitiendo obtener el título de Ingeniera Comercial para lograr nuevas oportunidades en el ámbito laboral. Ya que como empleada de la empresa **ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A.CIA .LTDA** estoy aportando con mis conocimientos y quiero demostrarles a los dueños de la Empresa que en la ciudad de Quito se puede llegar a visitar a muchos clientes que actualmente están desabastecidos e incluso olvidados por la fuerza de ventas. Esto significará más segmentación en el mercado.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de Inversión para la Implementación de una Sucursal de Distribución Exclusiva de fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90 gr. De la Empresa “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA” para el Norte de Quito

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado para determinar las demandas y oferta del producto Fideo Pasta Corta- Sopa Instantanea de 90gr.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Desarrollar el estudio económico que determine la inversión requerida, presupuestos, los balances y fuentes de financiamiento requeridas para consolidar el proyecto determinando la Inversión financiera, rentabilidad y sensibilidad del proyecto.
- Evaluar la Inversión financiera, rentabilidad del proyecto y sensibilidad del proyecto, aplicando los métodos de evaluación como: VAN, TIR, Beneficio – Costo para la implantación del proyecto.

e. MARCO TEORICO

MARCO REFERENCIAL

PASTA o FIDEO

El Fideo o Pasta es el que se utiliza para designar a un tipo de alimento hecho en base a algún tipo de harina en combinación con líquidos como agua, aceite o huevos y saborizantes o colorantes. La pasta obtiene este nombre del hecho de que, antes de ser trabajada, cocinada y consumida, su forma es la de una pasta más o menos elástica, suave, tierna y muy noble. La pasta puede convertirse tanto en fideos como los spaghetti.

GRAFICA 1



FUENTE: <http://www.google.com.ar/search?q=fideos>
ELABORACION : La Autora

La **pasta** es un alimento hecho a base de harinas de trigo y otros elementos en menor cantidad (como sodio) el cual podemos definir como una fuente alta de carbohidratos en nuestra **dieta** (cabe señalar que la dieta ideal debe de contener un mayor número de carbohidratos que de proteínas y grasas), se exalta su bajo contenido de grasas y sus grandes propiedades en el organismo.

Posiblemente también una combinación ideal con otros elementos (como verduras, hortalizas, entre otros) pueda maximizar las propiedades nutritivas de las pastas (esto es debido a la añadidura de fibras, vitaminas y minerales). Ahora bien la pasta por si sola contiene **vitaminas E y B** (en muchas ocasiones encontraremos que están adicionadas y enriquecidas), además de contener un porcentaje aceptable de fibras.

“Entre los beneficios que podemos encontrar en este tipo de alimento contamos:

- Su capacidad para bajar a los **niveles de colesterol** (esto debido a sus bajos niveles de grasas).
- En las cantidades adecuadas ayuda a mantener el peso corporal en equilibrio.
- Por su contenidos en fibra e hidratos de carbono está indicado para ayuda a contrarrestar ciertos tipos de cáncer, esto gracias a que detiene

los crecimiento celulares en casos de cáncer rectal y a sus niveles de fibra.

- En casos de diabetes ayuda a regular niveles de azúcar en las sangre (esto es debido q que contiene almidones).
- Es altamente asimilable, esto quiere decir que todas sus propiedades son aprovechadas por el organismo ya que no se desechan los nutrientes por la facilidad al digerirla”.⁴³

Tablas de información nutricional del Fideo - Pasta:

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de la pasta así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales de la pasta. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Calorías				359 kcal.
Grasa				1,58 g.
Colesterol				0 mg.
Sodio				7 mg.
Carbohidratos				70,90 g.
Fibra				5 g.
Azúcares				2,60 g.
Proteínas				12,78 g.
Vitamina A		0 ug.	Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12		0 ug.	Calcio	24 mg.
Hierro		1,80 mg.	Vitamina B3	4,40 mg.

Fuente: <http://alimentos.org.es/politica-privacidad>

ELABORACION : La Autora

⁴³ (Ardá, Rosa,2006,p.206)

La cantidad de los nutrientes que se muestran en las tablas anteriores, corresponde a 100 gramos de este alimento.

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

CONCEPTO:

“Empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objeto de obtener UTILIDADES a través de su participación en el mercado de bienes o servicios”.⁴⁴

IMPORTANCIA

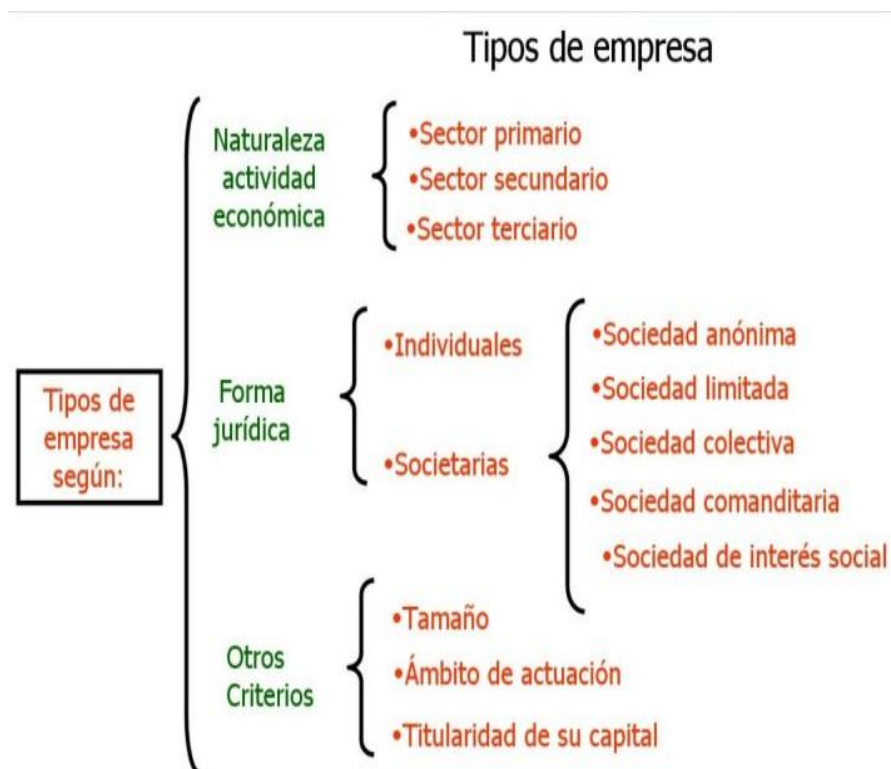
La principal virtud que tiene una empresa es la satisfacción de necesidades básicas para cumplir una demanda de un tipo en particular de clientes, obteniéndose una Finalidad de Lucro muy superior a la que se podría obtener por cada uno de sus miembros en forma individual; teniendo como finalidad principal tener una mejor Organización de los Recursos, para poder obtener un mayor beneficio tanto económico como productivo, teniendo distintos Sectores Empresariales que consisten en áreas destinadas a tareas específicas, donde los Obreros u Empleados Operarios son los que tienen el

⁴⁴ VARELA, Rodrigo. "Innovación Empresarial", Bogotá, Colombia. PrenticeHall. 2001

contacto con la materia prima o los clientes (dependiendo del sector de comercialización donde se aplique la empresa) mientras que por otro lado tenemos el Área Administrativa que es la encargada de controlar y gestionar las actividades.

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS

Las Empresa se clasifican según la actividad económica que se desarrollan:



- **Empresas del Sector Primario :** (son lo que obtienen los recursos a partir de la naturales, como por Ejemplo: Las Agrícolas, Pesqueras o ganaderas)

- **Empresas del Sector Secundario** : son las dedicadas a la transformación de bienes como por Ejemplo: Las Industriales y de la Contrucción)
- **Empresas del Sector Terciario** : (Son Empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Otras clasificación es de acurdo a su Forma Juridica.

- **Empresas Individuales:** (son las que pertenecen a una sola persona)
- **Empresas Societarias:** (son las conformadas por varias personas)

En este último grupo, las sovidades a su vez pueden ser:⁴⁵

- ✓ Anonimas
- ✓ Responsabilidad Limitada
- ✓ Economía Social (Cooperativas)

PROYECTO:

CONCEPTO

Se designa con el término de proyecto al plan y disposición detallados que se dispone para la ejecución de una determinada cosa o cuestión. El mismo consiste en un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas que

⁴⁵ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION: Aguilera R., Sepúlveda F

se enfocarán en el logro de aquellos objetivos específicos propuestos al comienzo y que estarán sujetos a un presupuesto y a un período de tiempo determinado, con la finalidad de encontrar una respuesta adecuada al planteamiento de una necesidad humana por ejemplo alimentación, empleo, vivienda, recreación, educación, salud, política, defensa, cultura.⁴⁶

IMPORTANCIA:

Todo proyecto involucra un desarrollo enfocado principalmente en el bienestar humano como:

- Un trabajo socialmente productivo, que haga sentir a los individuos útiles a la sociedad y a ellos mismos.
- Un nivel de ingreso satisfactorio y equitativo.
- Un nivel adecuado de alimentación y nutrición.
- Un nivel adecuado de vivienda.
- Un nivel adecuado de educación y cultura para que los individuos puedan comprender la realidad económico-social y política que les rodea y les permita mejorar continuamente sus conocimientos.
- Un nivel adecuado en salud y protección social.
- Un nivel adecuado de participación social y política para que todos los individuos puedan influir en las decisiones que afectan su vida. Además, dicho proceso de desarrollo debe permitir al entorno o área de influencia

⁴⁶ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

del proyecto, mantener un control eficiente de sus propios recursos, una independencia en sus decisiones y preservar el medio ambiente para las futuras generaciones.

CLASIFICACIÓN:

Existen diversas maneras de clasificar los proyectos, o de generar una tipología mediante la cual se logre dar orden o agrupar los proyectos de manera lógica y congruente⁴⁷:

Según su carácter: Los proyectos se pueden clasificar en:

Sociales: Cuando la decisión de realizarlo no depende de que los consumidores o usuarios potenciales del producto, puedan pagar íntegramente o individualmente los precios de los bienes o servicios ofrecidos, que cubrirá total o parcialmente la comunidad en su conjunto, a través del presupuesto público de sistemas diferenciales de tarifas o de sus subsidios directos.

Económico: Según esta clasificación un proyecto tiene carácter económico cuando sus posibilidades de implementación y operación dependen de una demanda real en el mercado del bien o servicio a producir, a los niveles del precio previsto. En otros términos, cuando el proyecto solo obtiene una

⁴⁷ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

decisión favorable a su realización si puede demostrar que la necesidad que genera el proyecto está respaldada por un poder de compra de la comunidad interesada, que permita una rentabilidad mínima al capital comprometido por los inversionistas en el mismo. Existiendo de esta manera ánimo de lucro.

Según su categoría

Producción de bienes. Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos extractivos de la pesca, de la agricultura y de la actividad pecuaria.

De servicios: Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional individual o a través de instituciones. Dentro de esta categoría se incluyen los proyectos de investigación tecnológica o científica, de comercialización de los productos de otras actividades y de servicios sociales, no incluidos en los proyectos de infraestructura social.

De infraestructura. Se puede encontrar proyectos de infraestructura social o económica. Los de infraestructura social están dirigidos a atender necesidades básicas en la población, tales como: Salud, Educación, Recreación, Turismo, Seguridad Social, Acueductos, Alcantarillados, Vivienda y Ordenamiento espacial urbano y rural. Los de infraestructura económica. Se caracterizan por ser proyectos que proporcionan a la

actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general, tales como: Energía eléctrica, Transporte y Comunicaciones. Incluyen los proyectos de construcción, ampliación y mantenimiento de carreteras, Ferrocarriles, Aeropuertos, Puertos y Navegación; Centrales eléctricas y sus líneas y redes de transmisión y distribución; Sistemas de telecomunicaciones y sistemas de información⁴⁸.

Según el sector de la economía al cual están dirigidos los Proyectos

Agropecuarios. Dirigidos al campo de la producción animal y vegetal; las actividades pesqueras y forestales; y los proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemático.

Manufactureros. Empresas dedicadas a la transformación, fabricación o elaboración de productos. Empresas dedicadas a construir, o procesar bienes.

De infraestructura. Igual clasificación que la anterior.

De servicios. O sector terciario es el sector económico que engloba todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades

⁴⁸ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

de la población. Incluye subsectores como transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

Comercial: proyectos dedicados a la creación de empresas dedicadas a la compra y venta de productos⁴⁹.

Según el objetivo

Primarios: (Extracción)

Agrícolas, Pecuarios, Mineros, Pesqueros o Forestales.

Secundarios: (Transformación)

Bienes de consumo final, intermedios o de capital. Proyectos de Prestación de Servicios. Pueden ser: De Infraestructura Física. En estos se incluyen los transportes, las comunicaciones, el riego y la recuperación de tierras, la energía eléctrica, el saneamiento y las urbanizaciones.

Infraestructura Social. Comprende la Salud, la educación y la Vivienda y la organización social (administración pública y seguridad nacional). Otros

⁴⁹ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

servicios. Se incluye la distribución, el financiamiento, la información y el esparcimiento.

Proyectos de Investigación. Se divide en dos: Investigación en Ciencias. Pueden ser ciencias exactas, naturales o sociales. Investigación Aplicada. Puede estar relacionada con recursos naturales, con procesos de transformación (tecnología) o con procesos de decisión (organización)⁵⁰.

INVERSIÓN

CONCEPTO

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.

Para la economía y las finanzas las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial.

⁵⁰ Contreras Buitrago Marco Elías, Formulación y Evaluación de proyectos, Unad, pág. 29-34.

Toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad. Un riesgo en la medida en que la devolución del dinero invertido no está garantizada, como tampoco las ganancias. Una oportunidad en tanto el éxito de la inversión puede implicar la multiplicación del dinero colocado.

PROYECTO DE INVERSION:

CONCEPTO

“El proyecto de inversión es un proyecto sistemático que permite identificar, medir y valorar los costos y beneficios relevantes asociados a una decisión de inversión, para emitir un juicio objetivo sobre la conveniencia de su ejecución desde distintos puntos de vista: económicos, privados o sociales”.⁵¹

Los proyectos de inversión surgen como respuesta a determinadas necesidades humanas y su éxito depende de la importancia de la necesidad a satisfacer. Desde el punto de vista empresarial, lo que interesa es la posibilidad de que dicho valor corresponda a una determinada capacidad y disposición a pagar; a fin de que exista generación de beneficios para financiar los costos económicos. Si alguien está dispuesto a pagar por el bien o servicio, y existe un mercado donde negociar el producto, esta disposición debería reflejarse en el precio, que constituiría entonces un indicador de valor que al multiplicarse por las unidades potenciales de venta,

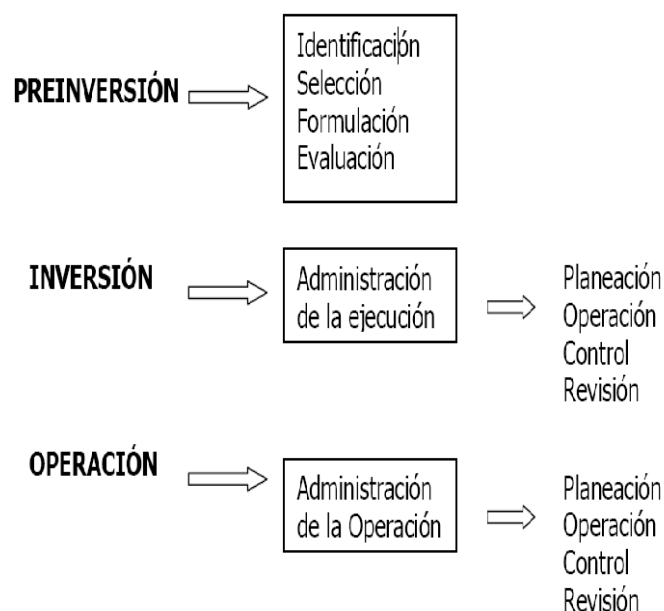
⁵¹ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION: Aguilera R., Sepúlveda F

permitirá obtener el ingreso por ventas del proyecto, una de las variables claves en la decisión de emprender o no una inversión desde un punto de vista privado. Hacer un proyecto tiene sus ciclos, es decir, etapas sucesivas que abarcan el nacimiento, desarrollo y extinción de un proyecto de inversión⁵².

CICLOS DE VIDA DE LOS PROYECTOS:

“Todo proyecto desde el más simple hasta el más complejo presenta fases bien definidas Durante su ciclo vital”.⁵³

FIGURA 2. CICLO DEL PROYECTO



⁵² LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION: Aguilera R., Sepúlveda F

⁵³ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

PREINVERSION:

“Fase de definición de proyectos y planes de negocio, niveles de profundidad de los proyectos, matriz planificación objetivos del plan de mercados, criterios de selección de los canales de distribución, la estrategia y las alternativas de financiación.

El estudio de preinversión de un proyecto productivo debe contener los elementos suficientes para demostrar que es viable tanto el punto de vista técnico como el económico. Debido a esto también se le conoce como estudios de factibilidad técnica y económica. Estos estudios parciales son:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio financiero.
4. Repercusión económica”.⁵⁴

FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSION:

“Es la Fase del Ciclo de vida en la que los proyectos son estudiados y analizados con el objetivo de obtener la información necesaria para la toma de decisiones de inversión. Este proceso de estudio y análisis se realiza a través de la preparación y evaluación de proyectos para determinar la

⁵⁴ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

rentabilidad socioeconómica y privada, en base a la cual se debe programar la inversión.

Las etapas de la fase de preinversion son:

- ✓ Estudio de perfil
- ✓ Estudio de prefactibilidad
- ✓ Estudio de factibilidad⁵⁵

ESTUDIO DE PERFIL:

Constituye el primer estudio de la idea de un proyecto y deberá como mínimo contar con los siguientes elementos:

4. Diagnostico preliminar de la situación que motiva considerar el proyecto, que permita identificar la necesidad insatisfecha, el problema a solucionar o la potencialidad a desarrollar con el proyecto. Este diagnóstico debe incluir un análisis básico de la población beneficiaria, la localización del proyecto, su entorno económico, los servicios básicos existentes, la accesibilidad de la zona, los indicadores de servicio, y la información adicional relevante para conocer las características que tendrá el proyecto.
5. Descripción preliminar de los principales aspectos técnicos del proyecto, como ser sus componentes, su capacidad, dimensionamiento, etc.

⁵⁵ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

6. Identificación y estimación de los beneficios y costos (de inversión y operación) del proyecto, así como su posible financiamiento.

Las conclusiones resultantes del estudio, deben recomendar alguna de las siguientes decisiones:

- ✓ Abandonar la idea de proyecto analizada.
- ✓ Postergar el estudio de la idea de proyecto analizada”.⁵⁶

ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD:

“El objeto de la prefactibilidad consiste en progresar sobre el análisis de las alternativas identificadas, reduciendo la incertidumbre y mejorando la calidad de la información. Se busca seleccionar la alternativa óptica.

Aquí se profundizan los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, socioeconómico y financiero por las alternativas aprobadas en la fase anterior. A este nivel, el proyectista debe procurar homogeneidad en los estudios de todas las alternativas, evitando concentrarse en la que él considere mejor.

Como parte de las herramientas de decisión, en esta fase suele efectuarse la declaración de efectos ambientales. La calificación ambiental de las alternativas definirá el alcance de los estudios que se exijan posteriormente.

⁵⁶ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

Con base en los diversos estudios, el equipo interdisciplinario de evaluación debe hacer un análisis para definir cuál es la alternativa óptima.

La preparación del proyecto no deberá seguir adelante con los estudios de factibilidad hasta tanto no haya recibido del equipo de evaluación, la especificación de la mejor alternativa. En el caso en que se determine que no hay alternativas atractivas, el proyecto podrá ser descartado”.⁵⁷

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD:

“La fase de factibilidad busca generar una decisión definitiva sobre la realización del proyecto y la definición detallada de los aspectos técnicos así como el cronograma de actividades. En esta fase, es necesario que el proyectista profundice en el análisis de la mejor alternativa, recurriendo al levantamiento de información primaria para los diversos estudios del proyecto.

Con base en los resultados de estos estudios, el grupo interdisciplinario de formulación y evaluación determina la viabilidad de la alternativa seleccionada en todos sus aspectos. En esta etapa tan avanzada, el rechazo de un proyecto debe ser la excepción, y no la regla, siempre y cuando las primeras etapas del ciclo se hayan cumplido cabalmente. En caso de ser necesario, se podría recomendar la reprogramación de inversiones o el redimensionamiento del proyecto, sujeto a la revisión de posibles cambios

⁵⁷ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

en los beneficios y costos cuantificados y no cuantificados. Se podría recomendar el desastre de la alternativa Seleccionada y la reconsideración de laguna alternativa que se había analizado en la fase de pre – factibilidad. Una vez definidos los resultados, se puede proceder a la elaboración del informe de valuación el cual se presentará al inversionista. Como se puede apreciar el trabajo de la evaluación en la etapa de formulación y preparación se basa en la proyección de actividades, costos y logros esperados y, por lo tanto, suele ser llamada evaluación ex– ante⁵⁸.

ETAPAS DE INVERSION:

“Son todas las acciones tendientes a ejecutar físicamente el proyecto tal y como ha sido especificado en el documento producto de la preinversión, a fin de concretar los beneficios netos estimados en la misma.

Es la etapa en que se ejecutan los proyectos seleccionados y priorizados en la preinversión y que se les asignó recursos. En esta fase se utilizan recursos financieros y se efectúan desembolsos para la contratación de mano de obra, compra de maquinaria y equipo; terrenos, construcción de infraestructura e instalación de equipo, entre otros. En los proyectos sociales, es el momento donde se realizan cada una de las actividades programadas para alcanzar el objetivo.

⁵⁸ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS: Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

Esta fase comprende las siguientes etapas:

4. Estudios definitivos.
5. Ejecución y montaje.
6. Puesta en marcha”.⁵⁹

ETAPAS DE OPERACIÓN:

“La ejecución de un proyecto es la etapa en la que se hacen la mayor parte de las inversiones necesarias es seguida por la etapa de operación o funcionamiento, en esta fase los recursos humanos, técnicos y administrativos son orientados hacia la producción de un bien o hacia la prestación de un servicio, que constituye el objeto social permanente de la empresa. En la etapa de operación se presente el ciclo típico de la acción administrativa: planeación, acción y control.

La actividad principal y el eje central del proceso obviamente es la acción, que es precedida por el planeamiento que determina el mejor curso a seguir y antecede a la fase de control, que verifica que la acción se ejecute de acuerdo al plan, y dado que el control identifica nueva información nos conduce a la revisión e implantación de nuevos planes, determina el inicio de un nuevo ciclo.

⁵⁹ LA EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION:Aguilera R.,Sepulveda F.

Por otro lado las actividades rutinarias de operación de un proyecto se pueden agrupar en áreas funcionales: producción, finanzas, ventas, talento humano, investigación y desarrollo y otras dependiendo del tipo de empresa, funciona armónicamente en el cumplimiento de su función social”.⁶⁰

ETAPAS DE EVALUACION DE RESULTADOS:

“La evaluación de resultados es un proceso que tiene por finalidad detectar desviaciones respecto de lo planificado (objetivos y metas), estudiar las causas que las originan e implementar acciones correctivas y ajustes necesarios.

Esta tarea debe ser ejecutada por la alta gerencia, la cual debe evaluar si las cosas se están haciendo bien o no, y definir las acciones a tomar en cada caso. La ejecución de la estrategia no es un proceso fácil, requiere de mucho esfuerzo y aprendizaje, por lo tanto, es normal que las empresas realicen ajustes en sus planes estratégicos”.⁶¹

MERCADO

El mercado es el lugar en donde confluye la oferta y la demanda buscando los primeros obtener rentabilidad en base a la comercialización de sus productos y servicios y los segundos a satisfacer sus necesidades.

⁶⁰ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

⁶¹ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS:Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Chain

Al Ries define al mercado como: **“El mercado es un lugar intangible donde confluye la Oferta y la Demanda produciendo la transacción de bienes y Servicios para cubrir las necesidades de los consumidores”**.⁶²

El mercado se conforma por el conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores, estableciendo en función de regulaciones que fomenten el equilibrio entre el ingreso y el gasto.

DEMANDA.

Se denomina Demanda al conjunto de personas naturales o jurídicas que comparten una misma necesidad que puede ser satisfecha mediante un producto o servicio determinado.

Al Ries indica en la Guerra de la Mercadotecnia que la demanda se conforma en función de las necesidades del ser humano, misma que nacen en el momento mismo del nacimiento de cada persona.

De esta manera, se entiende que la demanda está conformada por las personas que teniendo una necesidad buscan productos y servicios en el mercado nacional e internacional y que incentivan a la producción y al crecimiento económico de los países.

⁶² (Al Ries,2008)

TIPOS DE DEMANDA EXISTENTES:**DEMANDA PORTENCIAL**

La demanda potencial es la cantidad de Clientes existentes en el mercado que producto o su necesidad pueden ser clientes de la Empresa que está desarrollada.

DEMANDA REAL:

La Demanda real es la Cantidad de Clientes dentro del mercado que han optado por adquirir los productos o servicios que la Empresa provee. Establece de esta manera, la captación de clientes del mercado.

DEMANDA EFECTIVA:

La Demanda Efectiva es la cantidad de un bien que los consumidores desean y pueden adquirir a un Precio dado en un momento determinado.

DEMANDA INSATISFECHA:

Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada

OFERTA:

La Oferta está conformada por un conjunto de Empresas y personas naturales que a través de sus actividades ponen a disposición del mercado un conjunto de bienes y servicios en relación a las necesidades existentes.

De esta manera, se entiende que la oferta presenta al mercado diferentes bienes y servicios orientados a satisfacer las necesidades puntuales existentes en el ser humano.

Mario Sánchez en su libro de Desarrollo Empresaria dice:

“La Oferta se conforma por la cantidad de servicios y productos disponibles en el mercado que se orientan a satisfacer las necesidades del hombre”.

PLAN DE COMERCIALIZACION:

El Plan de Comercialización es una estructura conformada por una serie de objetivos, estrategias y actividades que orientan cada acción que permita cumplir con los siguientes requerimientos:

- ✓ Brindar información sobre la existencia de productos y servicios al mercado objeto.

- ✓ Establecer mecanismos para que el mercado objetivo pueda identificar una marca o un producto.
- ✓ Dar un acercamiento del producto al mercado Objetivo.
- ✓ Permitir un efectivo proceso de Ventas.
- ✓ Establecer acciones que fomenten el liderazgo.

Con el Plan de Comercialización es un instrumento útil que nos permite determinar las acciones y el presupuesto requerido para cumplir objetivos que fomenten el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Para su desarrollo del Plan de Comercialización se debe de contar con la información referente a los GUSTOS y PREFERENCIAS del Consumidor, a fin de poder orientar cada acción a su satisfacción.

PRODUCTO:

Un producto es, cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas". El producto tiene tres aspectos básicos que son:

- ✓ Características del producto: **¿QUE ES?**
- ✓ Funciones: **¿QUE HACE?**
- ✓ Beneficios: **¿QUE NECESIDADES SATISFACEN?**

Por lo que es muy necesario saber las NECESIDADES y DESEOS de los Clientes, porque es el componente más destacado para agregar valor a nuestro producto:

PRECIO:

El precio es el valor que tiene un producto o servicio en el mercado. Su determinación se fija en base al análisis de varios factores que se detallan a continuación:

- ✓ **Costos:** Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Esto es aplicable tanto a empresas industriales, de servicios o que comercializan productos fabricados por terceros.
- ✓ **Precios de los competidores:** El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo, aun cuando se venda el mismo producto.
- ✓ **Percepción de los clientes:** Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano.

PLAZA.

“El propósito fundamental de ésta variable de marketing, es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad.

Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto (ubicación) y la forma de llegar al cliente (distribución).

- ✓ **Ubicación:** para muchos emprendimientos representa un factor crítico para realizar la comercialización de los productos. Por ello es necesario descubrir cuáles son los criterios específicos para analizar las distintas alternativas y responder determinadas preguntas que lo pueden ayudar a decidir cuál es la más conveniente.
- ✓ **Los canales de distribución:** Los objetivos que estos deben cumplir con la cobertura del mercado son: (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor”.⁶³

PROMOCION:

“Los objetivos que estos deben cumplir se relaciona con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor. La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

- ✓ **Publicidad:** El objetivo de la publicidad es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio. Los medios publicitarios más utilizados son

⁶³ James, FREEMAN Edward, 1996, Pág. 202)

diarios, revistas, radio, televisión, cine, vías públicas y transportes, internet.

- ✓ **Promoción de Ventas:** La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa. Los objetivos específicos de la promoción de ventas son que el consumidor pruebe el producto o servicio, que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo, fortalecer la imagen del producto o servicio y lograr la fidelidad del producto o servicio.
- ✓ **Relaciones Públicas:** Las relaciones públicas se desarrollan prácticamente en todas las organizaciones, con mayor o menor intensidad. Son parte del sistema de comunicación y se realizan en forma consciente o inconsciente en todos los contactos que la organización tiene con las personas, clientes o proveedores”.⁶⁴

ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico comprende una serie de elementos que determinan la factibilidad de la creación de una empresa. Los factores de estudio son:

- ✓ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ✓ Donde obtener los materiales o materia prima.
- ✓ Que máquinas y procesos usar.

⁶⁴ (FRED R. David; 2003, Pág.102)

- ✓ Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe los procesos necesarios para la producción o prestación del servicio y los costos necesarios para su cumplimiento.

TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

Su definición se establece en base a los recursos disponibles para poder atender a la demanda objetivo, compuesta por los consumidores que tienen una necesidad que puede satisfacerse con la adquisición de lo que se desea producir.

La delimitación del tamaño del proyecto, establece los posibles escenarios a presentarse, permitiendo planificar las acciones necesarias para cumplir los objetivos esperados.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Delimita en espacio físico la ubicación del proyecto. Su localización se debe realizar de manera Macro y Micro. La primera define el país, provincia y ciudad, mientras que la segunda establece la dirección exacta en donde será

ubicado. En el presente proyecto, estos factores se detallaron en la delimitación del problema.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

FACTORES DETERMINANTES.

Talento Humano:

“Representa el análisis del personal requerido en las diferentes áreas de la empresa. El estudio debe señalar las competencias y perfiles requeridos para garantizar su buen funcionamiento”.⁶⁵

Recursos Técnicos:

Representa la infraestructura, equipamiento y materiales necesarios para cada proceso necesario en la empresa a crear. Debe establecer sus características como dimensión, peso, marca, etc. para garantizar su funcionamiento y pertinencia en función de la empresa a crear.

Equipamiento:

El equipamiento está conformado por los equipos necesarios para operar como computadores, servidores, equipos de comunicación, información, etc.

⁶⁵ (ENRÍQUEZ, M ,1998. p.90)

Tecnología.

“El desarrollo de la tecnología, ha generado cambios dentro de las técnicas y métodos de la ingeniería de un proyecto, influyendo directamente en la calidad de los servicios prestados. Es por ello que debe concentrarse en varios aspectos como el hardware, software, conocimiento, entre otras”.⁶⁶

PROCESOS PRODUCTIVOS.

Los procesos productivos comprenden las actividades que permiten transformar las materias primas en productos terminados. Definen las entradas, procesos y salidas necesarios así como las metodologías aplicar para garantizar la obtención de productos de calidad.

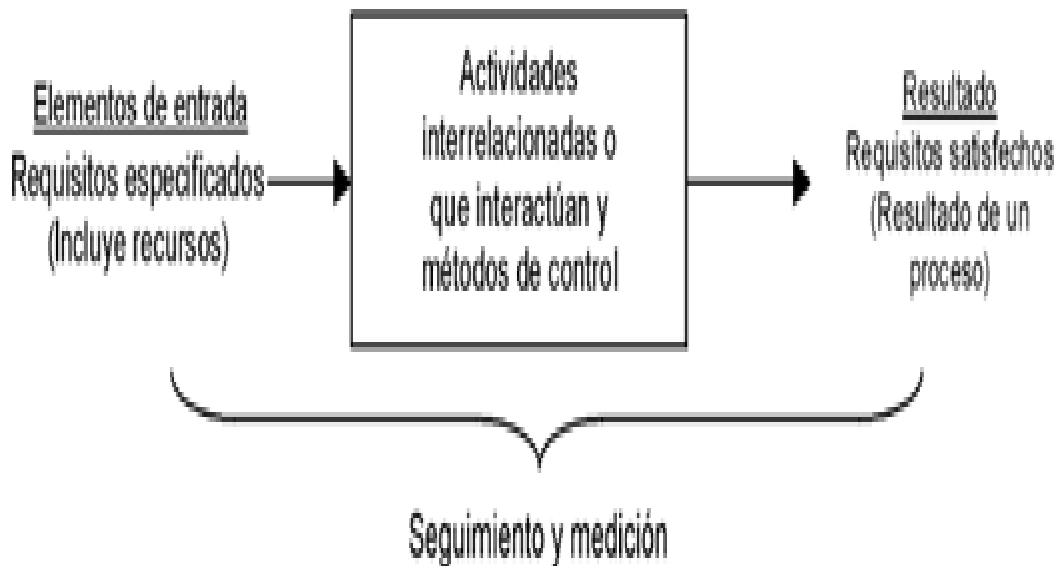
“Los procesos productivos determinan de una manera ordenada la transformación de las materias primas requeridas hasta la obtención de un producto final esperado orientado a satisfacer una necesidad en el mercado”.⁶⁷

Sin la infraestructura una empresa no podría operar ya que representa los diferentes recursos necesarios para cumplir con los procesos requeridos.

⁶⁶ Monge G, 2009, pág.34)

⁶⁷ (PETERS, Tom 2008, Pág.67)

DIAGRAMA DE UN PROCESO DE PRODUCCIÓN



Fuente: (ISO/TC 176/SC 2/N 544R2, 2004, p3)

FLUJOGRAMA.

Los flujogramas son una representación gráfica de los procesos para mostrar ampliamente su secuencia y comportamiento. Utilizan objetos que adquieren significados para entender de mejor manera su desarrollo.

ESTUDIO ORGANIZATIVO EMPRESARIAL.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es un modelo que establece las áreas administrativas existentes dentro de una empresa.

Su definición es fundamental porque define la línea de mando existente en función de las áreas citadas.

La estructura en línea generalmente vertical u horizontal determina los niveles de la autoridad y la forma como se desarrolla. Establece los grados de responsabilidad que tiene cada funcionario en base a su posición y jerarquía.

ORGANIGRAMAS.

Los organigramas permiten definir adecuadamente cada una de las funciones necesarias dentro de una empresa:

Philip Kottler indica al respecto en su libro Fundamentos de Mercadotecnia. “La definición de la organización empresarial es un elemento fundamental dentro de la gestión y se encarga de definir las estructuras, funciones y responsabilidades que deben ser cumplidas conforme la planificación las ha establecido”.⁶⁸

A continuación se expresan los más importantes. Se ha incluido diagramas para mostrar su modelo de una manera más eficiente.

⁶⁸ (Kottler Philip., 2009. P.34)

Organización Estructural.

La organización estructural demanda de una serie de herramientas necesarias para poder establecer limitantes en cada una de las áreas que dispone una empresa.

A continuación se establecen los tipos de organigramas que se pueden aplicar:

Organigrama Funcional.

La estructura funcional describe una organización de las funciones que deben cumplir los diferentes cargos institucionales existentes dentro de una empresa.

- ✓ (Su organización detalla por niveles los diferentes cargos existentes a fin de identificar los niveles de responsabilidad y capacidad de toma de decisión. Dentro de sus ventajas, se señalan las siguientes:
- ✓ La organización establece estructuras que evitan la duplicidad de las funciones.
- ✓ Define métodos de gestión para el aprovechamiento de los recursos disponibles
- ✓ Establece una mayor eficiencia en la gestión de cada una de las áreas existentes en la empresa.

Organigrama posicional.

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

MANUAL DE FUNCIONES.

El manual de funciones es un documento que detalla las funciones a cumplir por cada uno de los cargos existentes. El manual de funciones siempre debe estar actualizado y debe socializarse en todos los empleados de la empresa a fin de que sea un instrumento que apoye a mejorar la organización interna.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

Constitución de la Empresa.

La constitución de toda empresa debe tener una personería jurídica, para lo cual es fundamental seguir los siguientes procesos:

Es importante analizar los principales elementos a considerar dentro de la constitución. En este caso se ha tomado como referencia principal las empresas de Responsabilidad Limitada que se ajustan más a las actividades

que actualmente la Empresa **“Oriental Industria Alimenticia O.I.A. Cia. Ltda.** Está constituida.

El Nombre.

“En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo Guayaquil y Loja”.⁶⁹

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de inconfundibilidad o peculiaridad.

El principio de propiedad, consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio o de propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

⁶⁹ (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008)

Solicitud de aprobación.

“La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la Compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo”.⁷⁰

Socios.**Capacidad.**

“Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges”.⁷¹

Números mínimo y máximo de socios.

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

⁷⁰ (Art. 136 de la Ley de Compañías).

⁷¹ (Art. 99 de la ley de Compañías)

Capital Mínimo.

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119

del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario La Autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

Participaciones.

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que

consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

El Objeto Social.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

ESTUDIO ECONÓMICO

Costes

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

En otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.

Ingresos

Ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia⁷².

ESTUDIO FINANCIERO.

PLAN DE INVERSIÓN DE UN PROYECTO.

De acuerdo con la ingeniería del Proyecto existen rubros que determinan la inversión y que se clasifican en los siguientes elementos:

ACTIVOS FIJOS.

Son todos los bienes que son tangibles y están sujetas a depreciación que es la pérdida de valor por su uso.

Los podemos dividir en:

⁷² BACA, G. (4ª edición) (2001). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación*, McGraw Hill, México, pág. 13-46. 64-67.

- ✓ **Maquinaria y equipos:** comprende lo necesario para fabricación del producto o para la prestación del servicio, por ejemplo, máquinas de coser, cortadoras, taladros, tornos, soldadores, herramientas, etc.
- ✓ **Vehículos:** comprende los vehículos necesarios para el transporte del personal o de la mercadería de la empresa.
- ✓ **Terrenos y edificios:** comprende los terrenos, edificios, construcciones, infraestructura; así como la inversión requerida para la implementación del local: instalaciones, pintura, acabados, acondicionamiento, decoración.

ACTIVOS DIFERIDOS.

Son los gastos requeridos para la implementación de estrategias, promoción y publicidad de la empresa. Los activos diferidos deben amortizarse, debido a que su valor es recuperable, los podemos dividir en:

- ✓ **Investigación y desarrollo:** estudio del proyecto, investigación de mercados, diseños del producto, etc.
- ✓ **Gastos de constitución y legalización:** constitución legal de la empresa, obtención de licencias, permisos, registros, etc.
- ✓ **Gastos de puesta en marcha:** selección y capacitación de personal, marketing de apertura, promoción y publicidad, etc.
- ✓ **Imprevistos:** monto destinado en caso de emergencia.

CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo establece un rubro necesario para cubrir durante un tiempo todos los gastos de la empresa. Dentro de los gastos se encuentran los relacionados a aspectos administrativos como sueldos, arriendos, los gastos financieros y los gastos de mercadeo.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este instrumento permite determinar el nivel de rentabilidad durante un ejercicio económico. Está conformado por los ingresos, los costos y los gastos, permitiendo obtener los resultantes que permitirán el pago de impuestos, dividendos y utilidades retenidas.

Para su obtención se establece un proceso matemático en donde se resta del total de ingresos los costos para obtener el margen de contribución. Posteriormente, se resta los gastos de ventas, administrativos para obtener la utilidad operacional, luego se resta los gastos financieros para obtener la utilidad antes de reparto.

Luego se resta el 15% de pertenecientes a trabajadores para obtener la utilidad antes de impuestos y finalmente los impuestos (25% Renta) para obtener la utilidad Neta.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta financiera para determinar el momento en el cual las ventas de un producto cubrirán exactamente los costos, esto es igual a un volumen de ventas donde los costos totales son iguales a los ingresos totales, una forma más intuitiva de comprender el concepto es pensar en un punto en que las utilidades son iguales a cero. Esta herramienta analiza las relaciones existentes entre el costo fijo, el costo variable y las utilidades, permitiendo establecer un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, el mismo se puede expresar en valores, porcentaje y/o unidades.

COSTO FIJO TOTAL

Se entiende por costo operativos de naturaleza fija aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación, no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, esto indica que son los que hay que pagar aunque no se haya producido ninguna venta, como: la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc.

COSTO VARIABLE UNITARIO

Son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo,

comisiones, los costos indirectos de fabricación, los regalos promocionales, embalajes, etc.

COMO SE CALCULA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

“Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables. Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer conocer los costos fijos y variables de la empresa; así como el precio de venta del producto que fabrique o comercialice la empresa y el número de unidades producidas”.⁷³

FÓRMULAS.⁷⁴

En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

⁷³ CONTABILIDAD DE COSTOS: Reyes Ernesto

⁷⁴ Material de apoyo en la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial de la UNL

En función de las ventas:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Costo Variable Total}} - 1 \cdot \text{Ventas totales}$$

FLUJO DE CAJA

“El flujo de caja permite de manera ordenada establecer la real entrada de capital dentro de la empresa. Se calcula añadiendo al beneficio neto aquellos gastos que no generan desembolsos de tesorería, tales como las amortizaciones y provisiones.

De esta forma se obtiene una cifra que se aproxima a la tesorería que genera una empresa, aunque esta proximidad dependerá del plazo en que se cobren y paguen los ingresos y gastos que conforman parte del Beneficio”.⁷⁵

Para su cálculo, al beneficio obtenido en el estado de resultados se suma el valor de depreciaciones y amortizaciones, finalmente el valor residual resultante en el 5to año y el capital de trabajo.

⁷⁵ Amat, Oriol, 2004, p.167.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera permite determinar la rentabilidad del proyecto estableciendo parámetros que evalúan los riesgos existentes a fin de que los inversionistas tengan información pertinente para determinar si deben o no consolidar el proyecto

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

Otro factor fundamental a determinar es el período de recuperación de la inversión que consiste en sumar los valores actuales obtenidos hasta igualar a la inversión inicial. Este proceso se realiza por la suma acumulada del Valor Actual Calculado.

Los estudios señalados confirmaran la posibilidad de crear o no la empresa, a su vez que ha determinado la existencia de una demanda, sus características, los recursos necesarios y su rentabilidad.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (RBC)

“El costo beneficio es un proceso financiero que determina cuanta rentabilidad se va obtener por cada dólar invertido. Su proceso de cálculo es similar al Van, es decir descontando los ingresos y costos a valor presente y verificando sus diferencias”.⁷⁶

⁷⁶ Santandreu E, 2009, p.96

El cálculo del Costo/Beneficio establece la posibilidad de obtener rentabilidad por cada dólar invertido en función de la actividad del negocio. Su aplicación es útil para verificar si el inversionista del proyecto encuentra atractivo al negocio.

El desarrollo del Costo/Beneficio confirmará o no la rentabilidad del proyecto.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El Valor Actual Neto es un proceso que permite traer a valor presente un valor futuro para determinar el impacto que este ha sufrido por las condiciones de mercados expresadas en una tasa de descuento.³¹

Permite medir la pérdida de dinero en el tiempo producto a la economía local expresada en los principales indicadores financieros.

Mediante el uso del valor actual neto es posible determinar si la inversión realizada es rentable, cuando esta es mayor a los descuentos de los flujos obtenidos durante el tiempo.

Si en el presente proyecto el Van es positivo, el proyecto será rentable en el sentido de que es mayor la rentabilidad obtenida en función de la inversión requerida.

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula”.⁷⁷

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1 + i)^n} - I_0$$

Yt = Flujo de ingresos del proyecto.

Et = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor Yt - Et = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento.

Io = Inversión del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La tasa Interna de Retorno se da cuando la tasa de descuento permite que el Van sea igual a cero. El concepto financiero indica que mientras más distancia exista entre el TIR y la tasa de descuento utilizada mayor flexibilidad tendrá el proyecto.”⁷⁸

⁷⁷ Amat, O, 2008, p.12

⁷⁸ Mondino, D, 2007,p-89

En este sentido, el TIR es un proceso financiero que permite identificar la flexibilidad del proyecto ya que permite establecer cuantos cambios de mercado puede soportar.

Si en el proyecto el TIR encontrado es distante a la tasa de descuento, el proyecto debe continuarse. La tasa de descuento se establece por varios factores económicos como la inflación, desempleo, inestabilidad política, económica y social".⁷⁹

La Tasa Interna de Retorno está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque el VAN es más preciso como indicador.

En otras palabras, la TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente la TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor.

⁷⁹ Banco Central del Ecuador, 2010

Se considera que si la TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor al inversionista. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

Si bien la tasa interna de retorno o TIR es el indicador preferido por los analistas a la hora de evaluar un proyecto, se debe usar en conjunto con el VAN para tomar una buena decisión, y no desechar un proyecto que pueda entregar mayores utilidades a la empresa.

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad es un proceso en el cual se prueban diferentes tasas de descuento en la aplicación del VAN hasta obtener el TIR, es decir la tasa que hace que el VAN se haga cero.

Este proceso permite verificar el comportamiento de la empresa según los posibles cambios que se puedan presentar en el mercado.

Formula del Análisis de Sensibilidad con el incremento en los costos:

$$\mathbf{NTIR} = T_m + Dt \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

Diferencia del TIR

$$\mathbf{Dif.Tir} = \text{Tir proy} - \text{Nueva Tir}$$

Porcentaje de Variación

$$\% \text{ Var} = \left(\frac{\text{Dif. Tir}}{\text{Tir del proy}} \right) * 100$$

Sensibilidad

$$\text{Sensib} = \frac{\% \text{ Var}}{\text{Nueva Tir}}$$

Formula del Análisis de Sensibilidad con la disminución en los Ingresos:

$$\mathbf{NTIR} = T_m + Dt \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

Diferencia del TIR

$$\mathbf{Dif.Tir} = \text{Tir proy} - \text{Nueva Tir}$$

Porcentaje de Variación

$$\% \text{ Var} = \left(\frac{\text{Dif. Tir}}{\text{Tir del proy}} \right) * 100$$

Sensibilidad

$$\text{Sensib} = \frac{\% \text{ Var}}{\text{Nueva Tir}}$$

f. METODOLOGIA

METODOS

Los métodos que se utilizaran para la realización de este proyecto son:

METODOS GENERALES

Método Científico.

El método científico es un término colectivo que denota los diferentes procesos que ayudan a construir la ciencia, sirve para entender su naturaleza y tiene su fundamento en la observación del mundo circundante, para descubrir la verdad.

Basado en estas definiciones en la presente investigación el método científico está sustentado en el marco teórico, en el cual se describe y se expone las propiedades y beneficios que proporciona la Pasta – Fideos como uno de los potenciales productos que consume el Sector de la Sierra de acuerdo a los estudios realizados por la comunidad científica.

METODOS ESPECIFICOS

Método Inductivo.

Método que se lo va aplicar en el estudio organizacional y financiero de la empresa mediante el cual se llegará a obtener conclusiones y recomendaciones en base a la información obtenida. Con este método se podrá definir si el proyecto es factible o no.

Método Deductivo.

Método que consiste en desarrollar una teoría empezando por formular sus puntos de partida o hipótesis básicas y deduciendo luego sus consecuencias con la ayuda de las subyacentes teorías formales.

Permitirá ir de lo general a lo particular en el desarrollo de los lineamientos teóricos que fundamenten la investigación y comparar el trabajo de campo con la base teórica.

TECNICAS

Es un conjunto de procedimientos para obtener el resultado deseado:

Observación.

Esta técnica se la utilizará para determinar la localización de la empresa, el mercado donde se ofrecerá el producto además de todos los factores que afectaran al mismo

Encuesta.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Esta técnica será utilizada para conocer si el producto ofertado tendrá acogida en el mercado potencial. La encuesta se la realizará a familias que habitan en el Sector Norte de la Ciudad de Quito

TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo al último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, en el Sector Norte de la Ciudad de Quito existen 738.765 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC.

Dato que será utilizado para calcular el tamaño de la muestra.

La proyección se calcula mediante la siguiente fórmula:

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

Pf = Población resultante por años.

Pa = Población actual.

1 = constante

r = tasa de crecimiento poblacional.

La población del Sector Norte de la Ciudad de Quito según el INEC en el año 2010 fue 738.765 habitantes con una Tasa de Crecimiento Anual del 4.2 %. Con el siguiente cálculo se obtiene la proyección hasta el año 2014.

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

$$2010 = 738.765$$

$$Pf\ 2011 = 738.765 (1,042) = 769.793$$

$$Pf\ 2012 = 738.765 (1,042)^2 = 797.866$$

$$Pf\ 2013 = 738.765 (1,042)^3 = 827.417$$

$$Pf\ 2014 = 738.765 (1,042)^4 = 856.967$$

Determinación del tamaño de la muestra.

Para el calcular el tamaño de la muestra se toma en cuenta la proyección de la población hasta el año 2014 cuyo resultado es 856.967 habitantes, posteriormente se divide para 4 miembros por familia (Datos del INEC).

Obteniendo un resultado de **214.242 familias**, para calcular la cantidad de encuestas que se debe realizar se aplica la siguiente formula.

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

Donde:

$n = ?$ Tamaño de la muestra

$N = 33.911$ Proyección del número de familias de la ciudad de Quito

$e = 0,05$ Error de la muestra

$$n = \frac{214.242}{1 + (5\%)^2 * 214.242}$$

$$n = \frac{214.242}{1 + (0.0025)214.242}$$

$$n = \frac{214.242}{536.60}$$

$$n = 399$$

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Describe y argumenta la decisión sobre la población objetivo para investigar el objeto de estudio, así como, los criterios básicos de determinación de la muestra considerada para la investigación.

El sector Norte de la ciudad de Quito está compuesto por catorce parroquias, en las mismas que se procederá a aplicar la distribución muestral para realizar las encuestas.

El mercado hacia donde está dirigido el producto, se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Cuadro No.- 6- Población del Norte de Quito

PARROQUIA	POBLACIÓN	% REFERENCIA	ENCUESTAS
BELISARIO QUEVEDO	48,324	6.54%	26
CARCELEN	55,301	7.49%	30
COCHAPAMBA	58,004	7.85%	31
COMITÉ DEL PUEBLO	47,421	6.42%	26
CONCEPCION	32,269	4.37%	17
COTOCOLLAO	31,263	4.23%	17
EL CONDADO	89,558	12.12%	48
IÑAQUITO	42,822	5.80%	23
ITCHIMBIA	35,495	4.80%	19
JIPIJAPA	34,868	4.72%	19
KENNEDY	69,484	9.41%	38
MARISCAL SUCRE	12,976	1.76%	7
PONCEANO	54,412	7.37%	29
RUMIPAMBA	28,134	3.81%	15
SAN ISIDRO DEL INCA	43603	5.90%	24
SAN JUAN	54831	7.42%	30
TOTAL	738,765	100%	399

Fuente: <http://geoinfo.quito.gob.ec>

Elaborado por: La Autora

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSO HUMANO: Katya Paulina Tapia Villacís; aspirante al título de Ingeniera Comercial.

RECURSOS MATERIALES:

Tabla No. 1- Presupuesto y Financiamiento

Computador	\$ 500,00
Impresora	\$ 100,00
Internet	\$ 200,00
Escritorio	\$ 50,00
Hojas.	\$ 20,00
Copias.	\$ 30,00
Elaboración de tesis	\$ 200,00
Empastado	\$ 50,00
TOTAL.	\$ 1.150,00

Elaborado por: La Autora

FINANCIAMIENTO

El financiamiento para la elaboración de la tesis será financiado en su totalidad por cuenta de Katya Tapia Villacís aspirante al título de Ingeniera Comercial.

i. BIBLIOGRAFÍA

- COLLINS, Jim (2008), Las empresas que sobresalen, Mc Grill.
- DAVIS, Fred R. (2003), Conceptos de Administración Estratégica, 9na Edición, Prentice Hall.
- DRUKER, Peter (2002), Gerencia para el Futuro, Ed. Negocios Internacionales.
- ENRÍQUEZ Mario (1998), La Administración Moderna. Barcelona: Paidós.
- GOLRATT, E (2004), La Meta, Extracto de la publicación.
- KOTLER , Philip (2005), Dirección de la Mercadotecnia”, Prentice Hall.
- MARTINEZ, José Eduardo,(2006), Guía para la presentación de proyectos, Siglo 21 Editores.
- NORTON-KAPLAN, (2004), Balance Score Card, Prentice Hall.
- PETERS, Tom (2008), En Busca de la Excelencia, Mc Grill.
- RIES, Al (2006), La guerra de la competencia, Ed Edim.
- SALLENAVE, Jean Paul (2002), Gerencia y Planeación Estratégica, Grupo Editorial Norma.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC (2013).
- Germán Arteta Vargas (2006). «[Especial: Fundación de Quito](#)»
- <http://www.definicionabc.com/general/pasta.php#ixzz2qZKm2TIn>

ANEXO 2

**FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS DEMANDANTES DEL SECTOR
NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas solicito su ayuda contestando la siguiente encuesta a fin de determinar el estudio de mercado de un **“PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCION EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTANEA DE 90GR. DE LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA” EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**”, por favor contestar las siguientes preguntas:

1. **¿Consumo usted algún tipo de Fideo Pasta Corta en su alimentación diaria?**
SI () NO ()

2. **¿Ha consumido usted algún Fideo Instantáneo en Tarrina?**
SI () NO ()

3. **¿Cuál es la presentación en la que usted consume el Fideo en Tarrina Instantánea mensualmente?**
 - 50 gr. ()
 - 60 gr. ()
 - 90 gr . ()

4. **¿Cuántas veces al mes usted compra Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr?**
 - De 1 a 2 tarrinas. ()
 - De 3 a 4 tarrinas. ()
 - De 5 a 6 tarrinas. ()
 - De 7 a 8 tarrinas. ()

5. ¿Por qué razón usted consume Fideo Pasta Corta-Sopa instantánea de 90 gr?
- Por fácil Preparación. ()
 - Ahorro de Tiempo . ()
 - Por su Costo . ()
 - Por su Calidad . ()
 - Por ahorro ()
 - Por su Rapidez . ()
6. ¿Qué precio pagaría usted por este producto Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea?
- \$2,00 ()
 - \$3,00 ()
 - \$1,20 ()
 - \$1,5 ()
7. ¿Si se implementara en el sector Norte de la ciudad de Quito una nueva Sucursal Exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. , estaría dispuesto a comprar el producto ofrecido?
- SI () NO ()
8. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que la Nueva Sucursal exclusiva de Fideo Pasta Corta-sopa instantánea de 90gr, le brindara?
- Oficina de atención al cliente ()
 - Atención personalizada. ()
9. ¿En qué lugar del sector Norte de Quito le gustaría que se encuentre ubicada la Nueva Sucursal exclusiva de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr.?
- Carcelen . ()
 - Comité del Pueblo. ()
 - Cotocollao. ()
 - Ponceano. ()
 - Rumipamba ()
10. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer este producto del Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr.? Marque solo una de las siguientes opciones.
- Televisión. ()
 - Radio. ()
 - Periódico. ()
 - Hojas Volantes ()
11. ¿Qué tipo de envase le gustaría que tenga el producto Fideo Pasta Corto-Sopa Instantánea ?
- Funda ()
 - Tarrina ()
 - Frasco de Tetrapac. ()
12. ¿En qué tipo de establecimiento le gustaría comprar el Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr?
- Farmacias. ()
 - Comisariatos. ()
 - Bodegas. ()

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS OFERENTES DE EXTRACTO DE NONI



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas solicito su ayuda contestando la siguiente encuesta a fin de determinar el estudio de mercado de un **“PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA SUCURSAL DE DISTRIBUCION EXCLUSIVA DE FIDEO PASTA CORTA-SOPA INSTANTANEA DE 90GR. DE LA EMPRESA “ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA” EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”**, por favor contestar las siguientes preguntas:

1. **¿En su establecimiento vende Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea?**
 SI () NO ()
2. **¿Qué cantidad de tarrina de Fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90gr. vende semanalmente?**
 - De 1 a 25 Tarrinas. ()
 - De 26 a 50 Tarrinas. ()
 - De 50 a 75 Tarrinas . ()
3. **¿Cuál es el precio que cobra por este producto del fideo Pasta Corta-Sopa Instantánea de 90 gr?**
 - \$ 1,20 ()
 - \$ 1,50 ()
 - \$ 2,00 ()

¿Cada que tiempo adquiere el producto?

- Semanal ()
- Quincenal ()
- Mensual ()

Gracias por su colaboración

INDICE

CONTENIDO	PÁG.
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	62
f. RESULTADOS	69
g. DISCUSIÓN	86
h. CONCLUSIONES	162
i. RECOMENDACIONES	164
j. BIBLIOGRAFÍA	165
k. ANEXOS	166