



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN
ENLATADO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA
PROVINCIA DE EL ORO”**

Tesis previa a la
Obtención del Grado de
Ingeniero Comercial

AUTOR:

Leovardo Hedilberto Masache Barrera

DIRECTOR:

Ing. Galo Salcedo Lopez Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR
2014

CERTIFICACIÓN

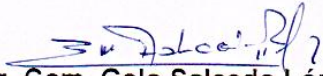
Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación titulada “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN ENLATADO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO”, elaborado por el postulante **Leovardo Hedilberto Masache Barrera** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Julio del 2014

Atentamente,



Ing. Com. Galo Salcedo López Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Leovardo Hedilberto Masache Barrera declaro ser la autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Leovardo Hedilberto Masache Barrera

Firma: 

Cédula: 0702704925

Fecha: Loja, Julio del 2014

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

Yo, Leovardo Hedilberto Masache Barrera, declaro ser autor de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN ENLATADO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO", como requisito para optar al grado de Ingeniero Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 03 días del mes de julio del dos mil catorce, firma el autor.

Firma: 

Autor: Leovardo Hedilberto Masache Barrera

Cédula: 0702704925

Dirección: Santo Rosa, Ciudadela: Teniente Hugo Ortiz

Correo Electrónico: leovardomb@gmail.com

Celular: 0995864449

DATOS COMPLEMENTARIOS

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

Tribunal de grado:

- | | |
|---|------------|
| • Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg. Sc. | Presidente |
| • Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE. | Vocal |
| • Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc. | Vocal |

AGRADECIMIENTO

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

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Galo Salcedo, quien supo guiar con sus sabios conocimientos para culminar con éxito el presente trabajo.

Leovardo Hedilberto Masache Barrera

AUTOR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a dios por brindarme cada día sus bendiciones, para mi amada madre y a mi padre porque ellos fueron las bases principales de mi existencia, por sus concejos, enseñanzas y su sacrificio por que siga adelante.

A mis hermanos mis compañeros de clases y profesores con quienes tuvimos la oportunidad compartir ideas y conocimientos valerosos para el resto de nuestras vidas.

Este proyecto lo dedico a todas las personas que una u otra manera fueron parte de este caminar hasta su punto final.

Leovardo Masache

AUTOR

a. TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN ENLATADO Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO”**

b. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es el realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de camarón enlatado en la provincia de El Oro la cual permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el método deductivo, el método Inductivo, el método estadístico.

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

En el estudio de mercado realizado en la provincia de El Oro, con una muestra de 400 familias y 355 comercializadoras de camarón enlatado; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la demanda potencial de 160.295 familias, la demanda real 158.692 familias, demanda efectiva 72.998 familias, las cuales consumen 928.539 libras de camarón. La oferta de 795.625 libras de camarón y la demanda insatisfecha de 132.914 libras de camarón, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 84.480 libras de camarón y cuya capacidad utilizada será de 67.584 libras de camarón, de los cuales se producirá el 58% de la

capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 67.584, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Santa Rosa, en el sector la Quebrada Seca San José. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

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

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos tanto legislativo, ejecutivo, nivel asesor, nivel auxiliar de apoyo, nivel operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización, ya que se contará con el siguiente personal: gerente, una secretaria contadora, un conserje-guardián, quienes serán parte del personal administrativo, y el personal operativo distribuido de la siguiente manera: un jefe de producción, dos obreros, y un vendedor.

El proyecto alcanza una inversión de 41.795,52 dólares y se financiará con un aporte de los socios el 57,74% del total de la inversión que corresponde a 26.795,52 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 42,26% que corresponde a 15.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 98.475,51 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 61,68%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 8 meses y 4 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 25,7% y disminuidos en un 18,30%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

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

ABSTRACT

The objective of this research is to perform a feasibility study for the creation and implementation of a producer of canned shrimp in the province of El Oro which allowed the application of different methods and techniques that allows the investigation, as the method deductive, inductive method, the statistical method.

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

In the market study in the province of El Oro, with a sample of 400 households and 355 traders of canned shrimp ; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred and then perform market analysis, determining the potential demand for 160,295 families, 158,692 families Demand Real, Effective Demand 72,998 households, which consume 928,539 pounds of shrimp. The offer of 795,625 pounds of shrimp and Unmet Demand for 132,914 pounds of shrimp, which allowed us to determine that the project can and should be performed by the results obtained in the analysis of demand, supply and levels of marketing this product.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 84,480 pounds of shrimp and whose capacity will be used 67,584 pounds of shrimp, of which 58 % of the capacity used for the first year will produce up to 67,584, also the location of the same to be located in the city of Santa Rosa, Quebrada Seca in San José sector determined. The

production process requires the use of suitable equipment, which will be guaranteed to get a quality product at reasonable prices. Then determining the project engineering process diagrams , characteristics of operation and management , technical requirements as equipment, facilities, furniture and fixtures develops.

Also an administrative study determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure to the hierarchical levels both legislative, executive , consultant level support assistant, level operational level and the operating manuals, charts was performed; which served as a guideline for implementing a good organization, because it will have the following staff : manager, a secretariat contadora a concierge - Keeper, who will be part of the administrative staff and operational staff distributed as follows : a chief production, Two Workers, and a seller.

The project reaches an investment of \$ 41.795,52 and will be funded with contributions from partners 57.74 % of total investment corresponding to \$ 26.795,52 and a loan to keep the project with the Development Bank will be the corresponding to 42.26 % \$ 15,000 10-year term at 15 % annual interest. The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of \$ 98.475,51, indicating that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 61,68 % and this value satisfactory to carry out the project, the time required to recover the initial investment would be 1 year, 8 months and 4 days, for this project, the sensitivity values are less than one, therefore not affect changes in project costs and revenues increased 25,7%

and decreased by 18,30%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

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

c. INTRODUCCIÓN

En nuestra ciudad, existe escasa creación de empresas debido a la falta de una adecuada investigación de estudios de inversión los mismos que garantizan a través de estrategias y planes un eficiente comportamiento del mercado y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial, a la pobre visión empresarial, a la falta de fuentes de financiamiento a bajos intereses, al temor a invertir y fracasar, a la falta de aprovechamiento de los recursos.

En la provincia de El Oro si existe la materia prima necesaria la misma que se produce todo el año, la cual no es aprovechada en su totalidad, por la falta de visión empresarial, o de gente emprendedora, lamentablemente no existe una empresa dedicada exclusivamente al camarón enlatado que es un alimento rico y saludable para los consumidores; al aprovechar este alimento se estará creando fuentes de trabajo, lo que determina mayores ingresos tanto para los trabajadores como para los empresarios emprendedores, determinado un mejor desarrollo social.

En la presente investigación se plantea un Estudio de Mercado en la determinación de la Demanda Potencial, Real y Efectiva, el planteamiento de la Oferta y la Demanda Insatisfecha, con el respectivo Plan de Mercado.

Se plantea el Estudio Técnico el que contiene lo referente a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha, así como también,

el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

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

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

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

De acuerdo a los estudios realizados, como son estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación financiera, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión, el mismo que permite recomendar la implantación del proyecto tanto desde el punto de vista económico como financiero para su implantación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

ANTECEDENTES

GRÁFICA 1



FUENTE: Ministerio de Ambiente y Medio Rural y Marino

“Los **carídeos (Caridea)** son un infraorden de crustáceos decápodos marinos o de agua dulce, conocidos vulgarmente como **camarones, quisquillas** o **esquilas**. Su tamaño oscila entre los 2 y los 35 centímetros de longitud, tienen las patas pequeñas, los bordes de las mandíbulas fibrosos, el cuerpo comprimido, la cola muy prolongada respecto al cuerpo, la coraza poco consistente y son de color variable, transparente o grisáceo. Son relativamente fáciles de encontrar en todo el mundo, tanto en agua dulce como en agua salada. Son mucho más pequeños que las gambas y los langostinos.”¹

¹ Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España (2011)

Pese a que el infraorden Caridea (en algunos textos antiguos, *Natantia*) de los crustáceos decápodos es el que se asocia habitualmente con los camarones, hay que notar que en idioma español reciben el nombre de camarón un gran número de crustáceos más o menos relacionados, pero que no necesariamente son del orden decápodo, como varias especies del orden Mysidacea.

Los Carideos incluyen tanto a los llamados camarones de río o langostinos, como a algunos camarones de aguas templadas y de aguas profundas. Por ejemplo el género *Macrobrachium*, de la familia Palaemonidae, vive en aguas continentales, los Atyidae son casi siempre de agua dulce, los géneros *Heterocarpus* y *Pandalus* de la familia Pandalidae viven en aguas marinas y los Crangonidae se pueden encontrar desde la zona litoral hasta la abisal. Unas 240 especies de carideos viven tan solo en las aguas costeras tropicales del Pacífico de las Américas.”²

“Tienen un cuerpo generalmente cilíndrico integrado por un caparazón en el frente y seis segmentos abdominales. Poseen 5 pares de patas, los dos primeros pares generalmente son pinzas de mayor tamaño. Debajo del abdomen tienen unas patas abdominales conocidas como pleopodos que utilizan para propulsarse a través del agua. Los ojos están bien desarrollados en la mayoría de especies, pero las especies que habitan en cuevas suelen ser ciegas. Tienen numerosos pares de antenas, cuya forma, longitud y cantidad varía bastante según los hábitos de alimentación de las especies. La

² Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España (2011)

anténula, es una pequeña antena que se configura en el segundo par de apéndices. Debajo de la anténula está la antena. Las especies que habitan en cuevas tienen una mayor cantidad de apéndices para palpar a su alrededor o alimentarse. La coloración es muy variable, algunas especies son blancas o descoloridas (en su mayoría especies cavernícolas o que habitan oquedades), los habitantes de los arrecifes suelen tener colores brillantes y atractivos o crípticos, y otras especies son transparentes, casi invisibles, llaman a los camarones comúnmente "camarones de cristal". Cuando presentan coloración, pueden ser líneas de color azul, amarillo, anaranjado, rojo... horizontales u oblicuas en el caparazón y verticales en el abdomen, y franjas de colores también en las patas."³

La mayoría de las especies vive en aguas poco profundas de las plataformas marinas, y gran parte de su vida transcurre en el fondo del mar o en las lagunas costeras, por lo que se las considera bentónicas. Otras especies habitan en la columna de agua, por lo que se las considera pelágicas. Su dispersión debida a las corrientes marinas, tanto de los adultos como de las larvas, explica que su distribución mundial sea en ocasiones muy amplia.

Habitan los trópicos y las aguas templadas, preferentemente en áreas rocosas, ocupan los pastos marinos, fango, arena, en las arenas de las playas, arrecifes coralinos, fondos de costas, fondos de lagos y lagunas salobres o de agua dulce y otros fondos donde abunda el alimento, cuevas, mar abierto... y viven también en aguas corrientes y estancadas dulces en la

³ Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España (2011)

costa y zonas interiores, en cuevas, grietas, canales de riego así como acequias. Suelen vivir en pareja y en grandes grupos, de miles de individuos.

Los caridea son más comunes en aguas bien oxigenadas y tienen un tamaño muy pequeño, normalmente. Son especies de camarones omnívoros, que se alimentan de materia vegetal, materia vegetal en descomposición, algas, crustaceos microscopicos, carroña, restos de animales y restos de peces (como sus excrementos), varias especies son consideradas camarones limpiadores que generalmente se alimentan de parásitos y tejidos muertos, de peces que se dejan desparasitar y acuden en gran cantidad a ayudar a los peces infestados pudiendo incluso entrar en la boca y hasta en la cavidad de las agallas, sin ser comidos.”⁴

Varias especies de Carideos son hermafroditas, y suele darse también el hecho que algunas especies son primeramente machos y después al envejecer se transforman en hembras. Los carideos comparten numerosas características, por ejemplo los huevos fecundados son incubados por la hembra y permanecen adheridos a los pleópodos (patas nadadoras) hasta que eclosionan. Todos son decápodos, es decir tienen diez patas. Las patas son los últimos cinco de los ocho pares de apéndices torácicos característicos de los crustáceos. Los tres primeros pares de apéndices funcionan como piezas bucales denominándose maxilípedos al resto de pereopodos. Un par de patas suelen tener piezas alargadas en forma de pinza (forma de quela), por lo que esas patas pueden llamarse quelípedos. Otros apéndices se encuentran en

⁴ Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España (2011)

el pleon o abdomen, donde cada segmento posee un par de pleópodos birrámeos, de los cuales los últimos forman parte de la cola, junto con el telson y son llamados urópodos.”⁵

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

EMPRESAS

“Es una unidad económica autónoma organizada donde se combina una serie de factores tanto económicos como humanos con la finalidad de producir bienes o servicios para posibles consumidores potenciales y satisfacer sus diferentes necesidades.”⁶

CLASES DE EMPRESAS.

Existen Varias clases de empresas, las mismas que se diferencian de acuerdo a su función específica, a si tenemos:

- Según su forma de organización económica
- Según su régimen jurídico
- Según su función económica
- Según su campo de actividad territorial.

ADMINISTRACIÓN:

Es la forma correcta de planificar, organizar dirigir, una determinada empresa.⁷

⁵ Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España (2011)

⁶ ALA HUGO, “Diccionario de Términos Económicos”, Quito, 1999.

⁷ BACA URBINA GABRIEL, “Evaluación de Proyectos 2” Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

ESTUDIO DEL MERCADO

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

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

“El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado".⁸

“Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será

⁸ Baca, Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.”⁹

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

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

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

Existen principales funciones dentro de la empresa y son:

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

⁹ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

"La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".¹⁰

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".¹¹

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

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

Posibilidades de consumo

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

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

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

¹¹ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Define la oferta como la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta”.¹²

Se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar.

Al hacer un análisis del mercado competidor se debe tener en cuenta:

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

¹² Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 237.

volúmenes y hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar.

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

Mientras la tabla de demanda muestra el comportamiento de los consumidores, la tabla de oferta señala el comportamiento de los productores.”¹³

EL ESTUDIO TÉCNICO

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

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

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.

¹³ BACA URBINA GABRIEL, “Evaluación de Proyectos 2” Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

“En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.”¹⁴

TAMAÑO DEL PROYECTO

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

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

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino

¹⁴ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados.¹⁵

INGENIERIA DE PROYECTOS

FACTORES DETERMINANTES

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

- Las ventas

- Capital

- Número de trabajadores, etc.

TECNOLOGÍA

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso

¹⁵ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc; en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc.

PROCESOS PRODUCTIVOS

“En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.”¹⁶

INFRAESTRUCTURA

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

FLUJOGRAMA

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

¹⁶ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc".¹⁷

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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

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

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

El diagrama organizacional u organigrama muestra como los departamentos, divisiones, y varios niveles de una organización interactúan entre sí. Un

¹⁷ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

¹⁸ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

diagrama organizacional es a menudo representado como una ilustración visual.

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

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

Estructura de línea vs. Estructura de staff

“Una estructura organizacional puede adoptar una estructura de línea o de staff o ambas. Una estructura de línea identifica las actividades que son responsables por el objetivo principal de la organización. Una estructura de staff es el soporte o la red de asistencia a la línea en sus objetivos.”¹⁹

Departamentalización

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

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Desde que se inició y se conoció la administración se sabía que era una forma de administrar recursos financieros para asíelo generar utilidades y que se mantenga en el mercado determinada empresa. Pero a través

¹⁹ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

del tiempo se ha ido evolucionado la administración con diferentes conceptos a través de ella misma.

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

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

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

“Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.”²⁰

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de

²⁰ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

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

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

EFICACIA Y EFICIENCIA EN LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

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

Lo formal y lo informal en la estructura organizacional

La estructura organizacional presenta dos aspectos:

Lo formal. Se puede identificar con los elementos visibles, susceptibles de ser representados, modelados con el uso de diversas técnicas, que se verán

²¹ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

más adelante, como organigramas, manuales, procedimientos, documentación de sistemas, etc.

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

Elementos de la estructura administrativa

Los elementos de la estructura administrativa consisten en la especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán ordenados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización.”²²

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

- **Adaptación mutua, o comunicación informal:** Se logra a través del conocimiento de lo que cada uno debe hacer dentro de una lógica de decisiones programadas.

²² Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

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

Las organizaciones poseen diferentes estructuras entre sí, y una misma puede ir cambiando, conforme evoluciona su número de integrantes, la especialización, el grado de concentración de la autoridad, etc. Por lo tanto, esta puede ser modificada toda vez que las necesidades de la institución así lo requieran; debiendo guiarse por una lógica que permita el logro de la eficacia y eficiencia organizacional.”²³

Toda organización, en función de su misión y objetivos y de acuerdo a determinados factores, como el contexto, la tecnología que emplea en sus actividades, su tamaño, etc., decidirá la forma particular de su estructura. La elección de una u otra forma definirá la filosofía que guiará el accionar organizacional, que se materializará a través de su diseño institucional,

²³ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

dentro del cual sus participantes verán condicionados sus comportamientos, en función de las relaciones espacio-temporales que se verifican.

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

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

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

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

²⁴ Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998

unidades (departamentos) y éstas en unidades mayores (direcciones) y la dimensión de las mismas.

DEPARTAMENTALIZACIÓN

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

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

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

²⁵ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

su seguridad por parte de los departamentos de servicios o de los grupos de staff.

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

COORDINACIÓN

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

“Los dispositivos que contribuyen son: la autoridad; la coordinación entre departamentos, que a su vez puede lograrse a través de: Los comités, el sistema de planificación, el manual de organización, los procedimientos, las comunicaciones laterales, las reuniones, las funciones de asesoramiento y las unidades de proyectos especiales.”²⁶

²⁶ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

DELEGACIÓN: AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD

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

De esta definición surge que en este proceso la única responsabilidad que se transfiere es la relacionada con las cuestiones de eficiencia y operatividad, es decir, la ejecución de acciones tendientes a la realización de las tareas. Es decir, la responsabilidad que la función exige; así como la autoridad y los medios necesarios para que la persona pueda cumplir con lo que se le ha delegado, dentro de los límites establecidos.”²⁷

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

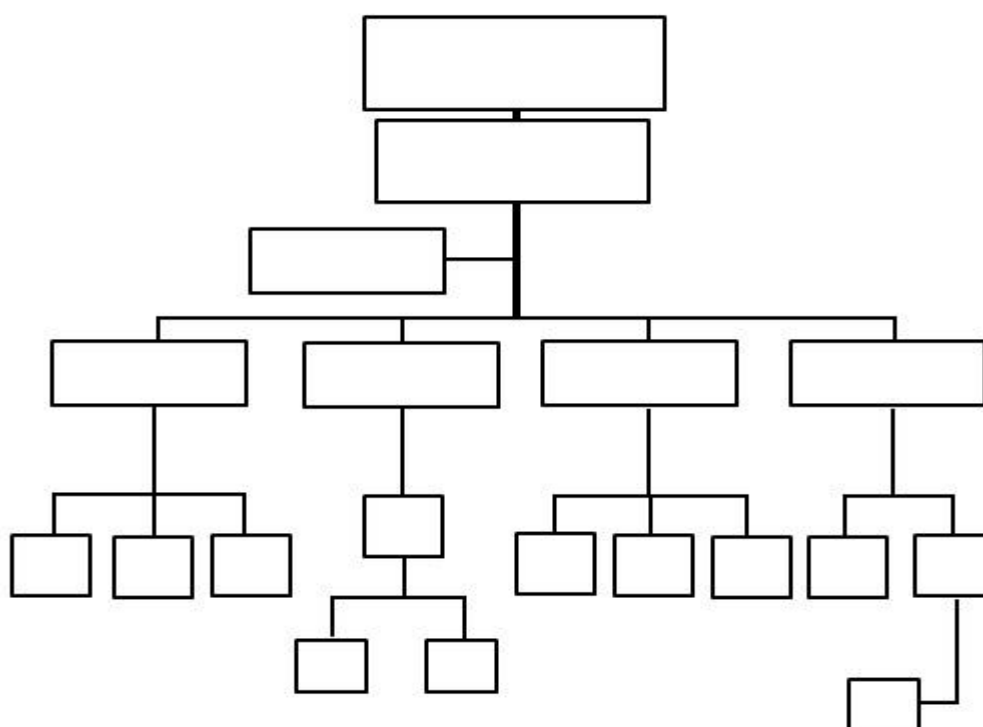
DESCENTRALIZACIÓN

Descentralizar es "**desconcentrar el poder de toma de decisiones**". La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones

²⁷ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones."²⁸

GRÁFICA 2 ORGANIGRAMA




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

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

²⁸ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas.”²⁹

CUADRO 1 MANUALES

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE	NIVEL JERARQUICO: EJECUTIVO
	CODIGO: 001	DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN GENERAL
	SUBORDINADOS: TODO EL PERSONAL	JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS
<p>NATURALEZA DEL PUESTO: Capacidad para dirigir, llevando a la organización a la obtención de los objetivos planteados, por medio de un equipo de personas y con los medios materiales de que se dispone, lo cual significa “gestionar” los recursos para alcanzar los fines.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación, Organización, Dirección y Control de las actividades de la Empresa. • Cumplir con las disposiciones dadas por la Junta de Socios. • Representar legalmente a la empresa ante terceros. • Dirigir y controlar las funciones administrativas de la empresa. • Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal. • Designar actividades a los empleados. • Supervisar todos los departamentos. • Llevar los registros correspondientes de la empresa • Realizar las transacciones necesarias. • Llevar en correcto orden los documentos de la empresa. 		
<p>RESPONSABILIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el personal a su cargo • Dinero • Equipos y Materiales • Resultados 		
<p>COMUNICACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descendente con sus empleados 		
<p>REQUISITOS MINIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN: Título Profesional de Ingeniero en Administración de Empresas. Conocimientos de comunicación Capacidad para trabajar en equipo • EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares. 		

²⁹ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

Son folletos, libros, carpetas, que de cualquier manera puedan canalizar en forma sistemática y ordenada los elementos administrativos de una empresa.”³⁰

El contenido de estos está directamente relacionado con el tamaño de la empresa, el asunto a tratar, lo citados manuales no deben reflejar solo las leyes, reglas, decretos, sino que también deben poner en manifiesto la misión y visión que la empresa se ha planteado.

Los procedimientos administrativos son conceptualizados como aquellos métodos, procesos y técnicas fundamentales mediante los cuales una organización coordina o regula sus acciones. Dentro de los proyectos de inversión, al hacer el detalle de los procedimientos administrativos que pueden implementarse se está generando información acerca de la influencia de dichos procedimientos sobre la cuantía de las inversiones y costos de los proyectos.

ESTRUCTURA LEGAL

“Comenzar un negocio es como pasar por un laberinto. Usted tendrá muchas opciones y deberá tomar muchas decisiones. Lo más frustrante es que nunca se sabe por cierto si ha escogido la mejor ruta hasta después de haber invertido mucho tiempo, energías y dinero experimentando con diferentes alternativas”.

La estructura legal del proyecto, se convierte muchas veces en una traba para la ejecución del mismo; sin embargo, debe considerarse que la base legal es un complemento a lo que mencionamos anteriormente, pues al

³⁰ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

intentar estudiar el proyecto de inversión es indispensable conocer el costo que acarrearía legalizar la empresa ante la sociedad y la inversión que requiere con motivo de que el producto objeto del proyecto cuente con el reconocimiento de las patentes y marcas correspondiente. “Las leyes nos ayudan a normar estos procedimientos a la vez que sugieren el rumbo a seguir para el conjunto de los actores que conforman el mundo empresarial. El estudio se resume en términos tributarios, de legislación laboral y en fin con todos los reglamentos que de una u otra manera tienen incidencia sobre la constitución de una empresa. Así es necesario conocer las tasas arancelarias y clases de impuesto que se contemplan dependiendo de la actividad, incentivos o desmotivaciones existentes, cuantía y tipos de sanciones que se aplican y los diferentes tipos de sociedad y cual es la más adecuada para el proyecto que se tiene en mente.

Los países escogen diferentes maneras de organizar la estructura legal de la vida comercial. Por consiguiente usted tiene que entrar en contacto con su autoridad local para averiguar cómo su país organiza la sociedad comercial.”³¹

TIPOS PRINCIPALES DE FORMAS

”En la mayor parte del mundo, se usan con mayor frecuencia tres tipos principales de formas legales para operar pequeñas operaciones de negocios. Estas formas son las siguientes:

³¹ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

- Negocio de único propietario (unipersonal) – donde generalmente sólo una persona funda las actividades comerciales
- Corporaciones/compañías limitadas – donde es posible que solo unos pocos amigos o miembros de la familia o muchos miles de personas suscriban una acción como propietarios de un negocio”.³²

c) Único propietario (unipersonal)

La gran mayoría de las nuevas empresas son organizadas como unipersonales. Esta forma normalmente no tiene muchas formalidades; no existen normas acerca de los registros que debe mantener. Tampoco existe el requisito de que sus cuentas deben ser auditadas, o que la información financiera del negocio debe ser presentada al registro de empresas. De todos modos, tiene que pagar los impuestos sobre las ganancias. La mayor desventaja de ser un único comerciante es que usted es totalmente responsable de cualquier deuda que su negocio incurra. Si usted quiebra, sus acreedores tienen el derecho de evaluar y vender sus bienes personales además del negocio.

b) Sociedades

En la práctica, las sociedades son agrupaciones de propietarios únicos y, en consecuencia, existen temas legales relacionados con las obligaciones personales. Existen muy pocas restricciones al establecimiento de un

³² FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

negocio en sociedad con otra persona (o personas), y varias ventajas concretas. Al agrupar los recursos usted puede tener más capital. Estará trayendo diferentes conjuntos de habilidades al negocio. Si usted se enferma, el negocio igual puede continuar.”³³

La mayor desventaja es si su compañero comete un error comercial. Quizás firmando un contrato desastroso, sin su conocimiento o consentimiento. Aun así, cada miembro de la sociedad debe asumir las consecuencias. Bajo estas circunstancias sus bienes personales podrían ser tomados para pagar a los acreedores. Aun si el error no fue su culpa.

c) Compañías de Responsabilidad Limitada

Como el nombre lo sugiere, en esta forma de negocio su obligación se limita al monto que usted a través del capital accionario.

Una Compañía de Responsabilidad Limitada es una entidad legal separada. Distinta tanto de sus accionistas, como de sus directores y gerentes. La responsabilidad de los accionistas se limita al monto aportado o al capital accionario emitido.

Sin embargo, existen muchas restricciones en la compañía. Debe mantener ciertos libros de contabilidad. Nombrar a un auditor y presentar un informe anual en el registro de compañías que incluya las cuentas así como los detalles de directores e hipotecas.

³³ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

La mayor desventaja es que es más cara de establecerlas y hay más reglas que cumplir.

La manera en que usted registrará su empresa dependerá del país en que cual vive. Entre en contacto con las autoridades para mayor información.

EL ESTUDIO FINANCIERO

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

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.”³⁴

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

³⁴ SAPAG,
1994

Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México,

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

PLAN DE INVERSIONES DE UN PROYECTO

Corresponde a la descripción detallada de las necesidades de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución de proyecto y como por el momento no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos.”³⁵

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

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

“El Plan de Inversión comprende la inversión en equipos: Equipo Transmisor, Sistema Radiante, Equipo de Producción, Infraestructura: Comprende la

³⁵ SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994

inversión en terrenos, caminos de acceso, torres, instalaciones electromecánicas, edificios, casetas, etc equipos de oficina, computadoras, vehículos, etc., incluyendo repuestos y accesorios, fletes internos, derechos de introducción y gastos de instalación”.³⁶

COSTOS E INGRESOS

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

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

ANÁLISIS DE COSTOS

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

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

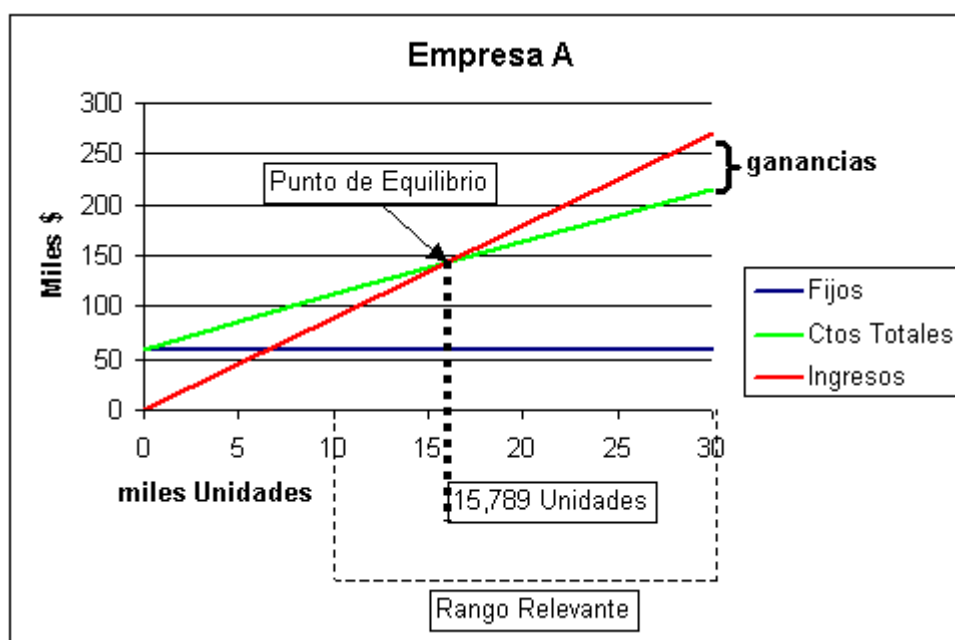
³⁶ SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.- “Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción”.³⁷

COSTOS VARIABLES.- “Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos”.³⁸

GRÁFICA 3



³⁷ SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994

³⁸ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

“El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa”.³⁹

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

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

Los elementos del flujo de caja son cuatro:

- a.- Los egresos iniciales de fondo
- b.- Los ingresos y egresos de operación
- c.- El momento en que ocurren estos ingresos y egresos
- d.- El valor de desecho y salvamento del proyecto

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y de los gastos durante un ejercicio, clasificándolos

³⁹ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

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

BALANCE GENERAL

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

“Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada”⁴⁰.

BALANCE DE SITUACION

“Este estado es un documento estático ya que representa la situación patrimonial de la empresa en un momento dado”⁴¹.

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

⁴⁰ FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986

⁴¹ SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994

EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN

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

EVALUACIÓN ECONÓMICA

“La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado”.⁴²

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

- **Período de recuperación de la inversión (PRI).**- consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital. Los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial

⁴² SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994

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

B/C>1 Se puede realizar el proyecto

B/C=1 Es indiferente realizar el proyecto

B/C<1 Se debe rechazar el proyecto

- **Valor actual neto (VAN).**- consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.⁴³

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

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

⁴³ SAPAG,
1994

Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México,

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conoce las condiciones que se espera en el futuro.”⁴⁴

⁴⁴ SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos en la ejecución del presente proyecto, fue mediante la utilización de métodos, técnicas e instrumentos, cuya aplicación se detalla a continuación:

MATERIALES

CUADRO 2
PRESUPUESTO

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

MÉTODOS

Método Científico: En la presente se determinó en la aplicación de la administración como ciencia que sirvió para descubrir nuevos datos, causas

y efectos, determinando la objetividad de la empresa productora de camarón enlatada.

Inductivo.-Se utilizó este método que consiste en analizar ciertos fenómenos para luego establecer relaciones del hecho con la investigación y obtener conclusiones. La aplicación de este método se basó en la observación, es decir ver y escuchar hechos y fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva, que en el presente caso se utilizó en el estudio de mercado y estudio técnico.

Deductivo.- Se utilizó este método en el muestreo estadístico, en el que para obtener datos se aplicó encuestas a una muestra representativa del universo, determinándose hechos importantes en el fenómeno investigado.

Descriptivo.- Se aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encontraron en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto. La investigación es de tipo descriptivo, en vista que se presentan los hechos tal como ocurren en la realidad. Por otra parte, también la investigación entra en un estudio de predicción, en razón de realizarse proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.

Método Estadístico: Sirvió para poder tabular e interpretar las encuestas para la realización del estudio de mercado.

TÉCNICAS

La Observación.- Con esta técnica se realizó una observación a empresas comercializadoras de Camarón enlatado, específicamente en las ciudades de Guayaquil y Manta ciudades donde existen empresas productoras de Camarón enlatado y el sitio donde se implementará la empresa, habiéndose determinado las ventajas y limitantes en la ejecución del proyecto.

Bibliográfica.- Esta técnica permitió seleccionar y recopilar todo el material bibliográfico relacionado con el tema de investigación, como: libros, tesis, revistas, documentos, folletos, Internet, etc.

INSTRUMENTOS

Para la recopilación de la información de fuentes primarias previamente se determinó un tamaño de la muestra de la población a investigar, desarrollándose el siguiente procedimiento:

La Encuesta.- Con esta técnica se obtuvo información de fuentes primarias, es decir de las familias de la provincia de El Oro, quienes respondieron una encuesta, cuyas respuestas fueron procesadas y analizadas, de acuerdo con los objetivos trazados en la investigación.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

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

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

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

En donde: pf = Población para 2013

po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

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

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

$$pf = 641.181 \text{ población para el año 2013}$$

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

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

FORMULA:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

$$160.295$$

$$n = \frac{\text{-----}}{1 + 160.295 (0.05)^2} \quad e = \text{margen de error}$$

n = 400 encuestas a familias de la provincia de El Oro

CUADRO 3
DISTRIBUCIÓN MMUESTRAL

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

Fuente: www. Inec.gob.ec
Elaboración: El Autor

Se determinó la muestra a los establecimientos que comercializan camarón enlatado, ya que en la provincia de El Oro no existen empresas que produzcan este tipo de producto, siendo estos 3.147 establecimientos legalmente registrados en el Servicio de Rentas Internas, así pues:

$$n = \frac{3.147}{1 + 3.147 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.147}{8,8675}$$

n= 355 encuestas a aplicar a los comercializadores

f. RESULTADOS

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

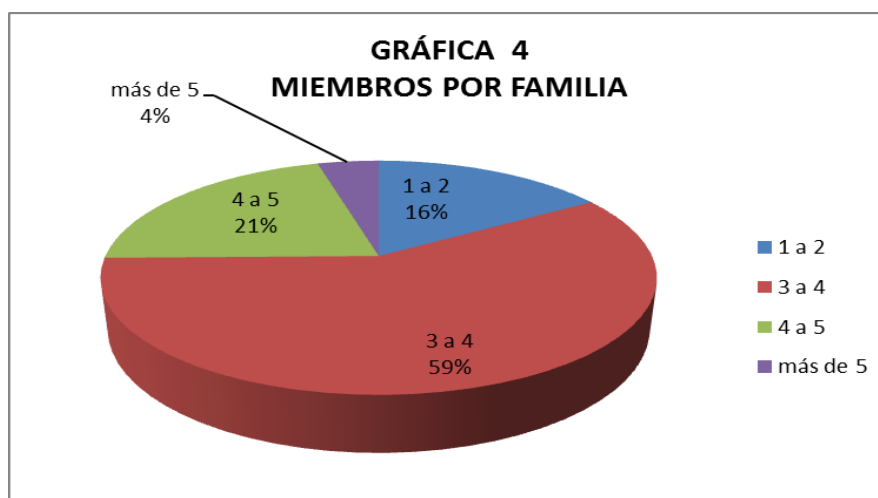
1. ¿Cuántas personas conforman su familia?

CUADRO 4
MIEMBROS POR FAMILIA

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	65	16
3 a 4	234	59
4 a 5	84	21
más de 5	17	4
TOTAL	400	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

Como se puede demostrar en lo referente a cuantos miembros conforman su familia, el 59% manifiestan que entre 3 a 4 miembros, el 21% entre 4 a 5 miembros, el 16% entre 1 a 2 miembros; y, el 4% están conformados más de 4 miembros, esto determina que hay un promedio entre 3 a 4 miembros por familia.

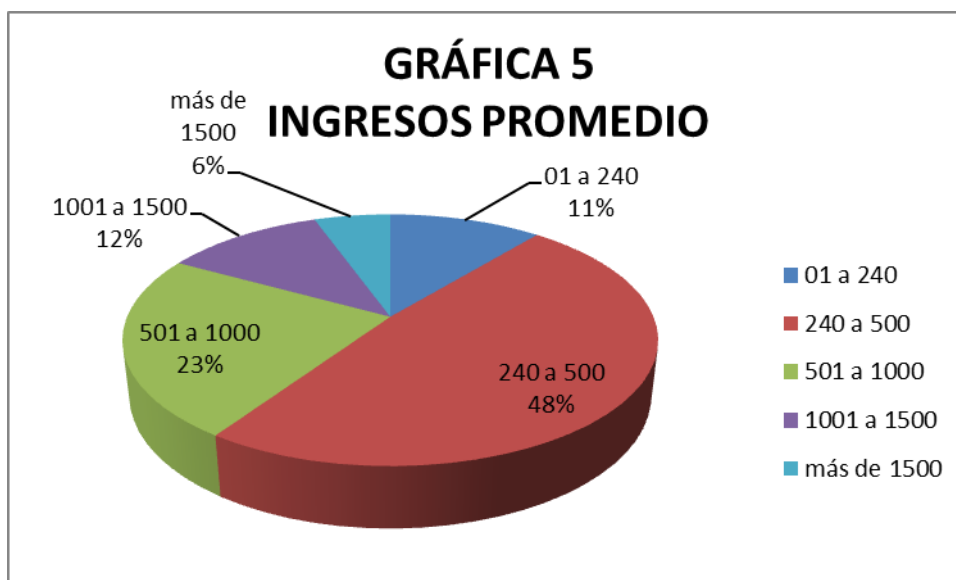
2. ¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

CUADRO 5
INGRESOS PROMEDIO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
01 a 240	44	11
240 a 500	194	49
501 a 1000	94	24
1001 a 1500	46	12
más de 1500	22	6
TOTAL	400	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere a los promedios de ingresos por familia, el 48% tienen unos ingresos entre 240 a 500 dólares, el 23% entre 501 a 1000 dólares, el 12% entre 1001 a 1500 dólares, el 11% entre 01 a 240 dólares; y, el 6% más de 1500 dólares, esto determina unos promedios entre 240 a 500 dólares.

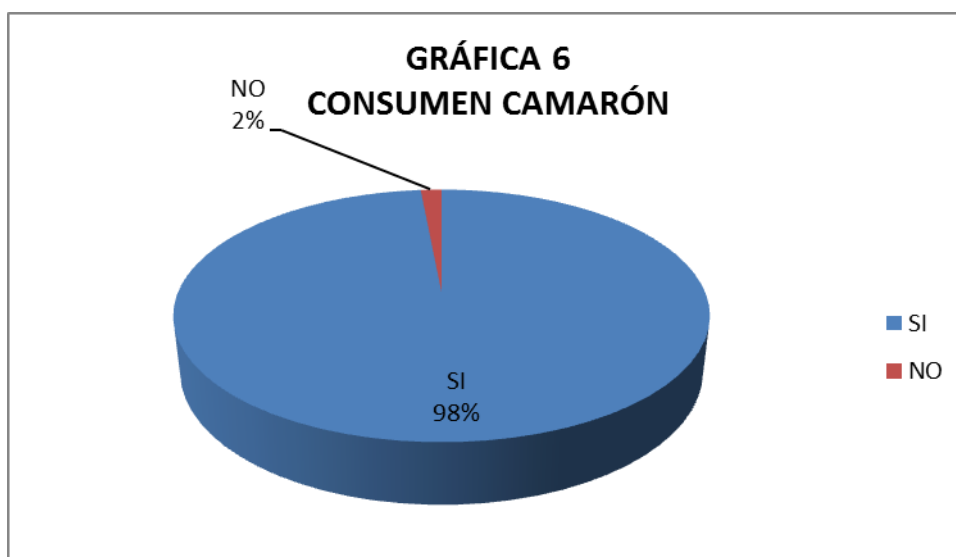
3. ¿Usted y su familia consumen camarón?

**CUADRO 6
CONSUMEN CAMARÓN**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	394	99
NO	6	2
TOTAL	400	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

En la presente se determina que el 98% de los encuestados tienen la costumbre de consumir camarón; mientras, que tan solo el 2% manifiestan que no consumen, esto determina que la mayoría de familias de la provincia de El Oro consumen camarón.

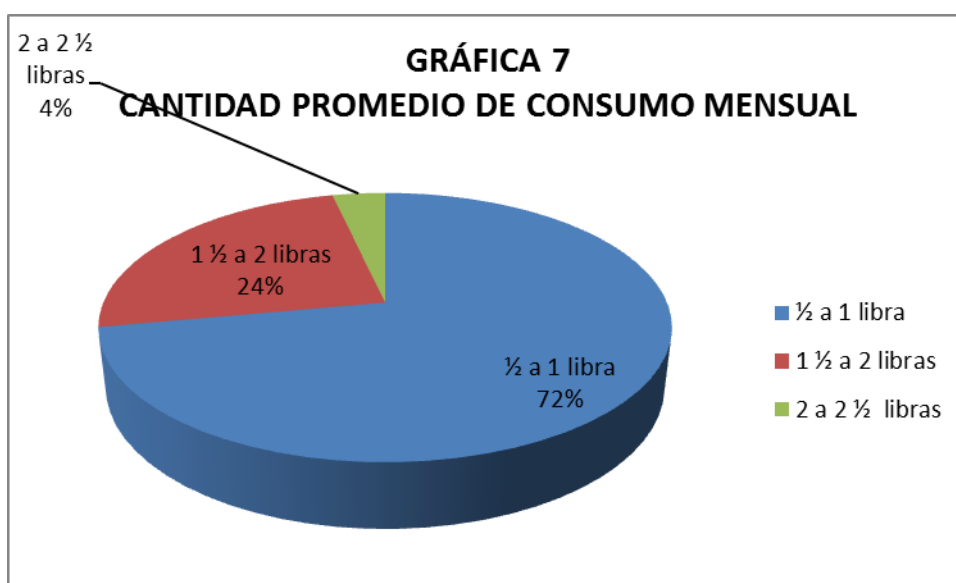
4. ¿Cuántas libras consume su familia de camarón al mes?

CUADRO 7
CANTIDAD DE CONSUMO MENSUAL

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
½ a 1 libra	284	72
1 ½ a 2 libras	96	24
2 a 2 ½ libras	14	4
TOTAL	394	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

Cómo se puede determinar en el cuadro N° 6 los encuestados en un 72% manifiestan que consumen un promedio mensual entre ½ a 1 libra, el 24% un promedio entre 1 ½ a 2 libras; y, el 4% entre 2 a 2 ½ libras mensuales, esto determina que hay un promedio entre ½ libra a 1 libra mensualmente.

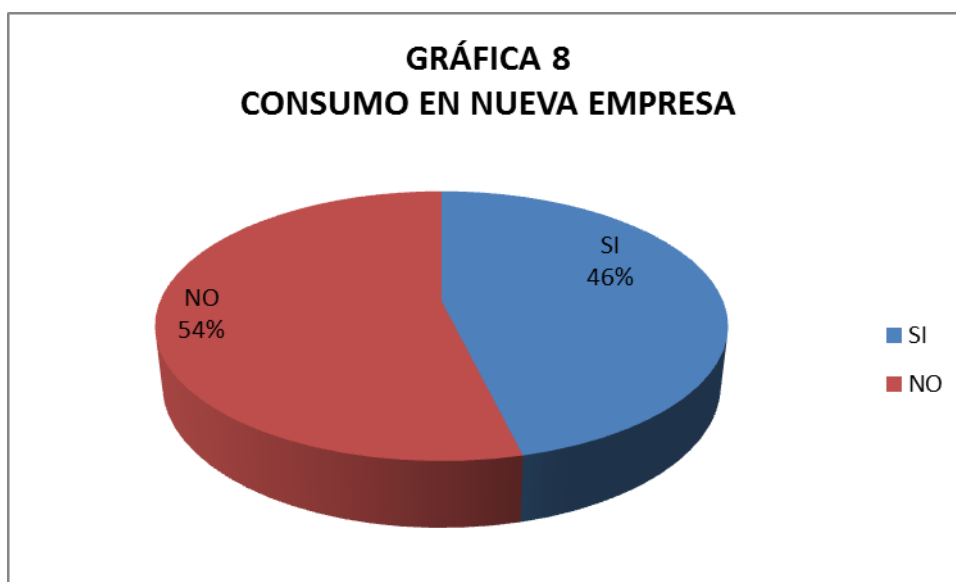
5. ¿Si en la provincia de El Oro se implementara una empresa de producción y comercialización de camarón enlatado estaría dispuesto hacer nuestro consumidor?

CUADRO 8
CONSUMO EN NUEVA EMPRESA

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	182	46
NO	212	54
TOTAL	394	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

Como se puede determinar en el presente cuadro, el 54% no comprarían camarón enlatado en una nueva empresa orense de recién creación; mientras que el 46% si comprarían en una nueva empresa, esto determina que existe una buena aceptación a la creación de una nueva empresa productora de camarón enlatado.

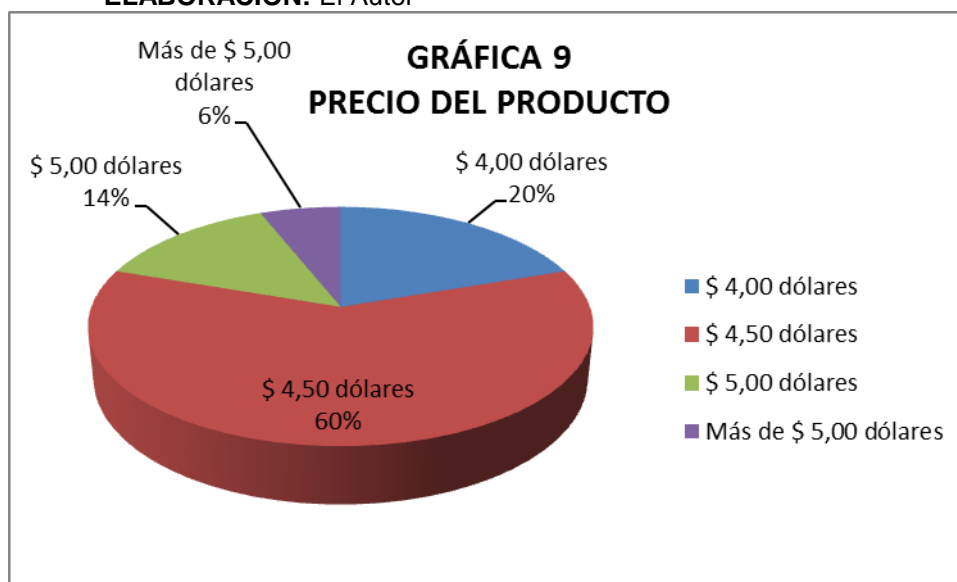
6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por libra de camarón enlatado?

CUADRO 9
PRECIO DEL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 4,00 dólares	36	20
\$ 4,50 dólares	110	60
\$ 5,00 dólares	25	14
Más de \$ 5,00 dólares	11	6
TOTAL	182	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere al precio que estarían dispuestos a pagar por una libra de camarón enlatado el 60% pagaría \$ 4,50 dólares, el 20% pagarían \$ 4,00 dólares, el 14% pagarían \$ 5,00 dólares; y, el 6% pagarían más de \$5,00 dólares, esto determina que el promedio de \$4,00 a \$ 4,50 dólares.

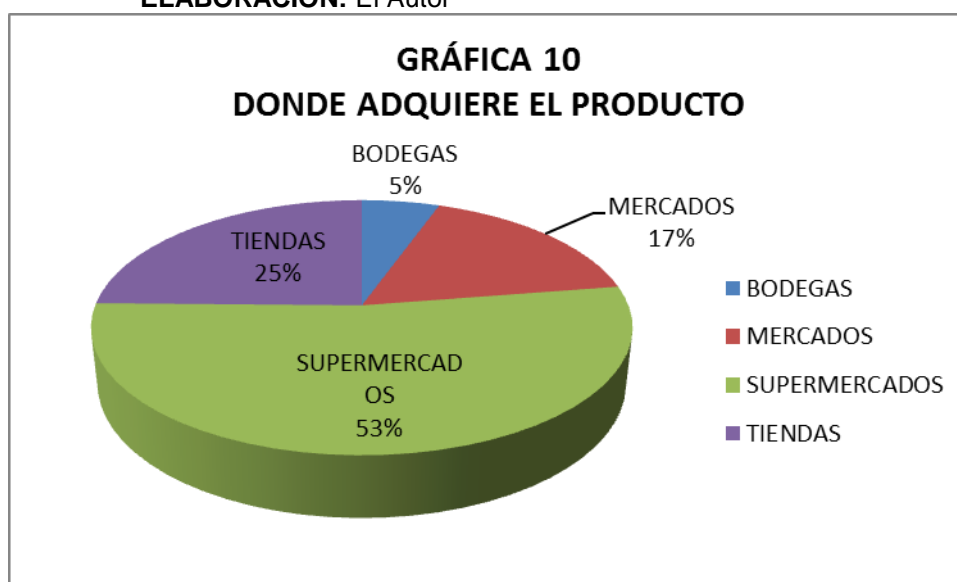
7. ¿Dónde adquiere o le gustaría adquirir camarón enlatado para su consumo o el de su familia?

CUADRO 10
DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BODEGAS	10	5
MERCADOS	31	17
SUPERMERCADOS	96	53
TIENDAS	45	25
TOTAL	182	100

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

En lo que se refiere a donde le gustaría comprar el camarón enlatado, el 53% le gustaría comprar en los supermercados, el 25% en la tienda del sector, el 17% en los mercados; y, el 5% en las bodegas, esto determina que el producto a ofrecer se lo puede ofrecer en los supermercados y mercados de la provincia de El Oro.

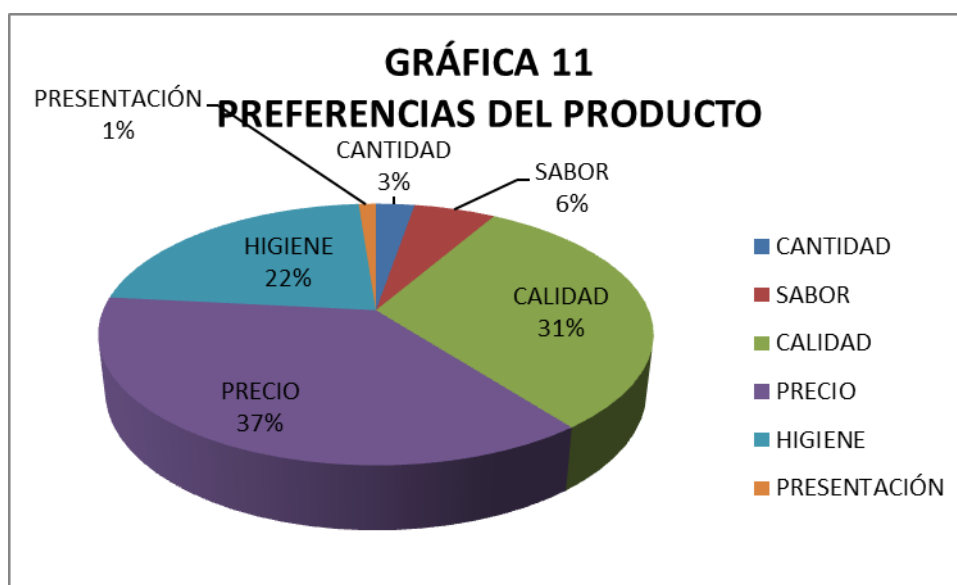
8. ¿Qué considera o consideraría usted al momento de adquirir camarón enlatado?

CUADRO 11
PREFERENCIAS DEL PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CANTIDAD	9	3
SABOR	19	6
CALIDAD	104	31
PRECIO	124	37
HIGIENE	74	22
PRESENTACIÓN	4	1

FUENTE: Encuesta a demandantes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere a cuáles son las preferencias para el producto el 37% prefieren el precio, el 31% la calidad del producto, el 22% higiene del producto, el 6% el sabor, el 3% la cantidad; y, el 1% la presentación, esto determina que el producto tiene que tener buen precio pero con buena calidad.

9. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

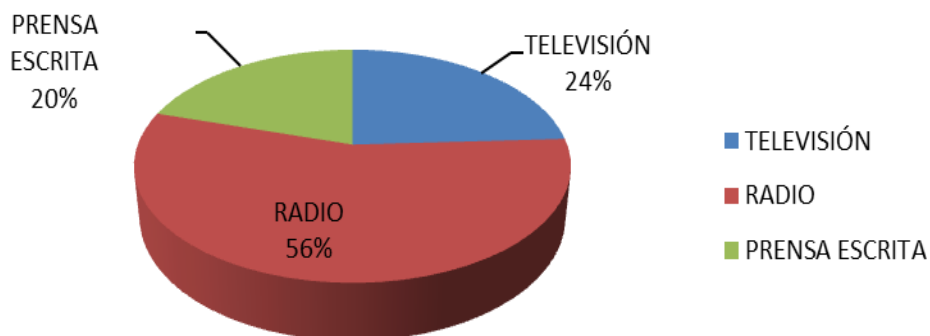
CUADRO 12
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN		
TV OK Machala	44	
Subtotal	44	24
RADIO		
La voz de El Oro	15	
Radio Impacto	29	
Radio Lluvia	18	
Canela	22	
Radio Fuego	17	
Subtotal	101	55
PRENSA ESCRITA		
Correo	18	
La Opinión	11	
El Nacional	8	
Subtotal	37	20
TOTAL	182	100,00

FUENTE: ENCUESTA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRÁFICA 12
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA



INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere a cuáles son los medios de comunicación de preferencia de los encuestados, el 56% prefieren la Radio, específicamente la radio Impacto, el 24% la televisión específicamente Tv OK Machala; y en cuanto se refiere a la televisión el 29% prefieren la prensa escrita Correo, esto determina que la Radio es el medio de comunicación de mayor preferencia por parte de los encuestados.

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES.

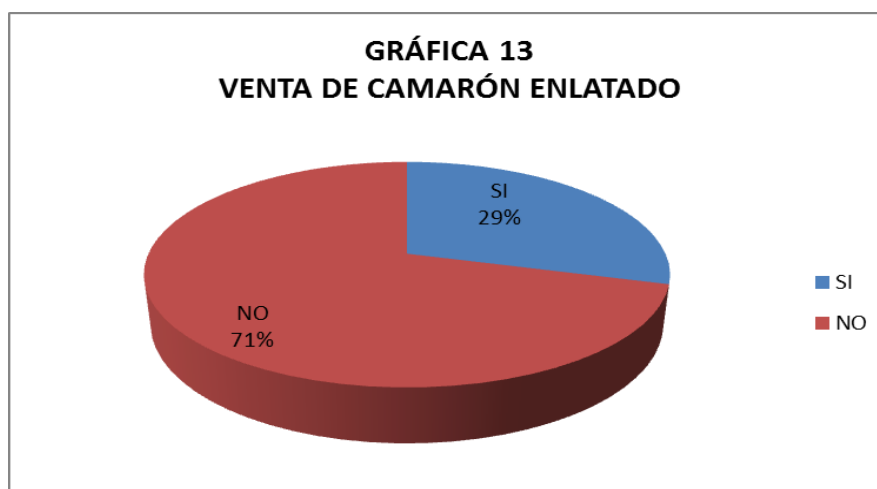
1.- ¿Existe la venta de camarón enlatado en su establecimiento?

CUADRO 13
VENTA DE CAMARÓN ENLATADO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	104	29
NO	251	71
TOTAL	355	100

FUENTE: Encuesta oferentes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

Como se puede determinar en la provincia de El Oro de 355 establecimientos encuestados el 29% venden camarón enlatado; mientras que el 71% no venden camarón enlatado, esto determina que no existe mucha oferta de camarón enlatado.

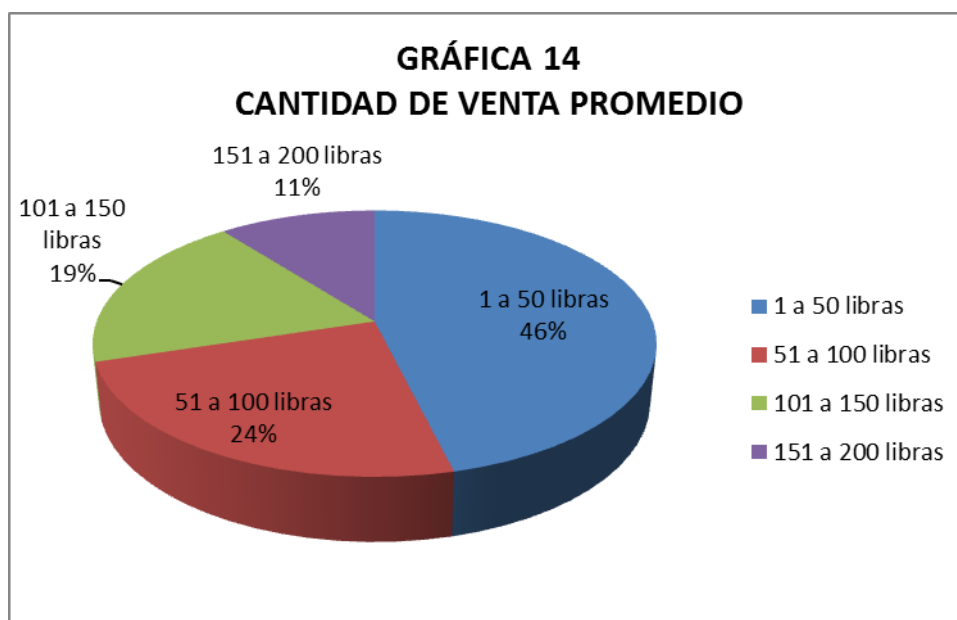
2. ¿Cuántas libras de camarón enlatado vende mensualmente?

CUADRO 14
CANTIDAD DE VENTA PROMEDIO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 50 libras	48	46
51 a 100 libras	25	24
101 a 150 libras	20	19
151 a 200 libras	11	11
TOTAL	104	100

FUENTE: Encuesta oferentes

ELABORACIÓN: El Autor



INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere a la cantidad que venden en su local, el 46% venden un promedio entre 1 a 50 libras, el 24% entre 51 a 100 libras, el 19% entre 101 a 150 libras; y, el 11% entre 151 a 200 libras de camarón enlatado.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

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

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

Demanda Potencial

Para la determinación de los posibles demandantes se ha considerado la población de la provincia de El Oro proyectada para el año 2013 que es 641.181 a la cual se la dividió para 4 integrantes por familia que da como resultado 160.295 familias para el año 2013 y en tal sentido se ha procedido a realizar la proyección de los mismos para los 10 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente formula:

Formula de Proyección:

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

CUADRO 15
POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Año 2013	Población
El Oro	160.295

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: El Autor

Calculo de la Proyección

$$P_{2014} = (160.295) (1+0.022)^1$$

$$= 163.821$$

$$P_{2015} = (163.821) (1+0.022)^1$$

$$= 167.426$$

$$P_{2016} = (167.426) (1+0.022)^1$$

$$= 171.109$$

$$P_{2017} = (171.109) (1+0.022)^1$$

$$= 174.873$$

$$P_{2018} = (174.873) (1+0.022)^1$$

$$= 178.721$$

$$P_{2019} = (178.721) (1+0.022)^1$$

$$= 182.652$$

$$P_{2020} = (182.652) (1+0.022)^1$$

$$= 186.671$$

$$P_{2021} = (186.671) (1+0.022)^1$$

$$= 190.777$$

$$P_{2022} = (190.777) (1+0.022)^1$$

$$= 194.975$$

$$P_{2023} = (194.975) (1+0.022)^1$$

= 199.264

CUADRO 16
PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL

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

Fuente: Proyecciones (TC 2,2%)

Elaborado por: El Autor

CONSUMO PER CÁPITA

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

La Media Aritmética

Fórmula

$$X = \frac{\sum fx}{N}$$

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

En donde:

X = Media aritmética

$\sum fx$ = Sumatoria de la Frecuencia*
porciones

N = Población Total

M% = Porcentaje de la demanda

Muestral

Consumo Per cápita

$$X = \frac{419,5}{394} = 1,06 \text{ libras mensuales (12,72 libras anuales)}$$

**CUADRO 17
CONSUMO REAL PER CÁPITA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	XM	ΣXM
½ a 1 libra	284	0,75	213
1 ½ a 2 libras	96	1,75	168
2 ½ a 3 libras	14	2,75	38,5
TOTAL	394		419,5

Fuente: Cuadro N° 7

Elaborado por: El Autor

DEMANDA REAL

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial de la población para el año 2013 que es 160.295 al mismo se lo multiplica por el 99% (Cuadro N° 6) que constituye la población que compran y consumen camarón, a esta demanda real se la proyecta para los diez años de vida útil del proyecto con la tasa de crecimiento poblacional del 2,2%.

CUADRO 18**DEMANDA REAL**

Año	Demanda Potencial	Compran Camarón 99%	Demanda Real	Consumo per cápita	Demanda Real en unidades
0	160.295	99	158.692	12,72	2.018.563
1	163.821	99	162.183	12,72	2.062.971
2	167.426	99	165.751	12,72	2.108.357
3	171.109	99	169.398	12,72	2.154.740
4	174.873	99	173.125	12,72	2.202.145
5	178.721	99	176.933	12,72	2.250.592
6	182.652	99	180.826	12,72	2.300.105
7	186.671	99	184.804	12,72	2.350.707
8	190.777	99	188.870	12,72	2.402.423
9	194.975	99	193.025	12,72	2.455.276
10	199.264	99	197.271	12,72	2.509.292

Fuente: Cuadros 7 y 17

Elaborado por: El Autor

DEMANDA EFECTIVA

Para calcular la demanda efectiva se toma en consideración la demanda real para el año 2013 que es de 158.692 al mismo se lo multiplica por el 46% (cuadro N° 8) de los consumidores que si desearían que se creara una empresa productora y comercializadora de Camarón enlatado en la provincia de El Oro, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$De = Qp.M\%$$

Para el año 2013

De= Qp. M%

De= 158.692*46%

De= 72.998

**CUADRO 19
DEMANDA EFECTIVA**

Año	Demanda Potencia	Demanda Real	Creación 46%	Demanda Efectiva
0	160.295	158.692	46	72.998
1	163.821	162.183	46	74.604
2	167.426	165.751	46	76.246
3	171.109	169.398	46	77.923
4	174.873	173.125	46	79.637
5	178.721	176.933	46	81.389
6	182.652	180.826	46	83.180
7	186.671	184.804	46	85.010
8	190.777	188.870	46	86.880
9	194.975	193.025	46	88.791
10	199.264	197.271	46	90.745

Fuente: Cuadros N° 8 y 17

Elaborado por: El Autor

Se determina una demanda efectiva para el año 2013 de 72.998 familias.

Demanda Efectiva Futura

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

Cuadro 20
Demanda Efectiva

Año	Demanda Efectiva	Consumo Por familia	Demanda Efectiva
0	72.998	12,72	928.539
1	74.604	12,72	948.967
2	76.246	12,72	969.844
3	77.923	12,72	991.181
4	79.637	12,72	1.012.987
5	81.389	12,72	1.035.272
6	83.180	12,72	1.058.048
7	85.010	12,72	1.081.325
8	86.880	12,72	1.105.115
9	88.791	12,72	1.129.427
10	90.745	12,72	1.154.274

Fuente: Cuadro Nº 17 y 18

Elaborado por: El Autor

Para el año 2013 la demanda efectiva es de 1.751.960 libras de camarón enlatado para la provincia de El Oro.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

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

Para determinar la oferta de camarón enlatado se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en la provincia de El Oro, en una muestra significativa tales como Tiendas, Supermercados y Micro Mercados, lugares

que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

OFERTA ACTUAL

Para poder determinar la oferta actual se ha recolectado información sobre la cantidad que venden diariamente cada establecimiento, datos que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitió conocer la media promedio de venta de cada comercio. Para lo cual se utilizó los datos de cuadro N° 13. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tienen la provincia de El Oro en el sector urbano, distinguiéndolo por el tipo de comercio, según datos extraídos del Servicio de Rentas Internas.

OFERTA

Cuadro 21
Demanda Efectiva

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	XM	ΣXM
1 a 50 libras	48	25,5	1224
51 a 100 libras	25	75,5	1887,5
101 a 150 libras	20	125,5	2510
151 a 200 libras	11	175,5	1930,5
TOTAL	104		7552

Fuente: Cuadro N° 14

Elaborado por: El Autor

$$\text{Promedio} = \frac{\Sigma \text{TOTAL } X_m}{\text{N}^\circ \text{ de establecimientos que venden}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7.552}{104 \text{ establecimientos}}$$

Promedio = 72,62 libras de camarón enlatado que multiplicados por 12 meses al año determina:

Promedio = 871,44 libras de camarón enlatado anuales por establecimiento.

A este promedio se lo multiplica por los establecimientos que venden camarón enlatado que es del 29% de los 3.147 establecimientos, lo que determina 913 establecimientos que venden camarón enlatado, dándonos como resultado 795.624,72 libras de camarón enlatado anualmente como oferta total, a la cual se la proyecta a los diez años de vida útil del proyecto, con la tasa de crecimiento del 1,02% que es la tasa que tiene el INEC para establecimientos en la provincia de El Oro sobre el crecimiento de este tipo de establecimientos.

CUADRO 22
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	795.625
1	803.740
2	811.938
3	820.220
4	828.586
5	837.038
6	845.576
7	854.200
8	862.913
9	871.715
10	880.607

Fuente: INEC (TC 1,02%) y Cuadro 14

Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

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

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

CUADRO 23
DEMANDA INSATISFECHA.

AÑO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL	OFERTA TOTAL PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	928.539	795.625	132.914
1	948.967	803.740	145.227
2	969.844	811.938	157.906
3	991.181	820.220	170.961
4	1.012.987	828.586	184.400
5	1.035.272	837.038	198.234
6	1.058.048	845.576	212.473
7	1.081.325	854.200	227.125
8	1.105.115	862.913	242.201
9	1.129.427	871.715	257.712
10	1.154.274	880.607	273.668

Fuente: Cuadros N° 20 y 22

Elaboración: El Autor

La demanda insatisfecha actual del proyecto es de 132.914 libras de camarón enlatado para el año base; para el quinto año de 198.234 y para el año 10 de 273.668, para su posible implementación se tomará estrategias o alternativas convenientes como se lo demostrará más adelante, considerando estos datos para su comercialización en las zonas de influencia del mismo.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Como nos podemos dar cuenta el producto comercializado actualmente se lo realiza en Tiendas, Supermercados y Micro Mercados, como se lo pudo demostrar en las encuestas realizadas a los proveedores, esto quiere decir que no existe una adecuada distribución del producto, por cuanto mucho de ellos son obtenidos a distribuidores y en otros casos a bodegas, lo que hace pensar que los precios al utilizar distintos canales de distribución llegan con un valor alto al consumidor final.

Estrategias de Mercado para Comercialización de camarón enlatado.

Para la comercialización de camarón enlatado, se buscará llegar a los consumidores con oportunidad y a precios razonables, para ello se colocará el producto en diferentes puntos de venta como Tiendas, Supermercados y Micro Mercados, de la provincia de El Oro.

Estrategia Comercial.

La estrategia comercial para el proyecto se basará en 4 decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición de la mezcla de mercado: producto, precio, plaza y promoción.

Producto.- El producto que se expresa, se los producirá bajo las normas de calidad, que contará con el registro sanitario, logrando así una mejor garantía del producto, sus características son:

- **Envasado:** Se envasará en bandejas de lata empacadas, que viene en presentación de 453,6 gr., equivalente a 1 libra.
- **Etiquetado:** En la etiqueta contiene los siguientes datos:

DISEÑO DEL PRODUCTO

- Nombre del producto
- Registro sanitario
- Lote y fecha de elaboración
- Fecha de expedición y caducidad
- Teléfono (servicio al cliente)

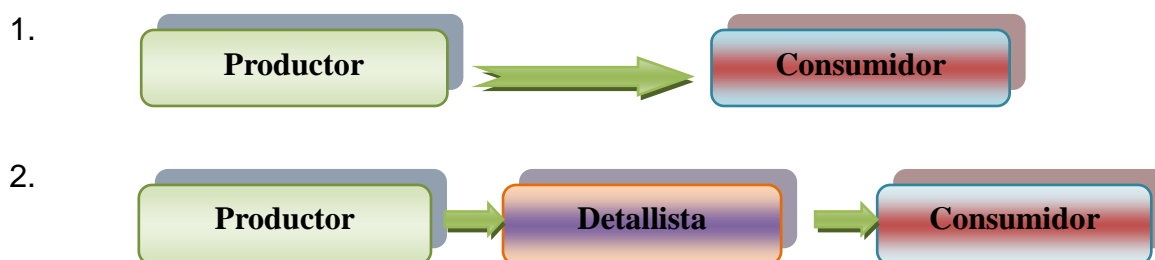
Precio: El precio es el elemento más importante de la estrategia comercial, ya que determinará el nivel de ingresos y por ende la rentabilidad del proyecto. Según las apreciaciones que se ha podido considerar en el aspecto del precio del producto, se ha establecido un precio considerable debido a la afluencia que tiene este producto de consumo masivo, el precio de venta al público se lo determinará mediante la determinación de los costos mas un margen de utilidad, en comparación a la competencia.

Plaza: Debido a que el producto es un bien de consumo, se dirige a la provincia de El Oro distribuyéndola para los diferentes sitios de comercialización como: tiendas, bodegas y supermercados.

Canales de Distribución.

Es conveniente aplicar dos canales de distribución, con el fin de disminuir costos y evitar deterioros del producto.

A continuación se indican los canales que se va a utilizar.



Publicidad: Para dar a conocer el producto se cree conveniente establecer la forma más estratégica de anunciar, incitando al consumo del mismo.

Por lo tanto, se realizará a través de la publicidad en prensa radial se la ara en radio Fiesta de la ciudad de Machala y en la prensa escrita como Diario Correo de la ciudad de Machala.

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio Técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a ésta área.

Uno de los resultados de éste estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de recursos disponibles en la producción del nuevo producto. Con éste estudio determinaremos los requerimientos del componente tecnológico (maquinaria) para la operación. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de la maquinaria, se podrá determinar su disposición en la planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades del espacio físico para su normal funcionamiento. Además - hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización y la descripción del proceso productivo que hará posible el conocimiento de la materia prima requerida.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto mide la relación de capacidad productiva durante un periodo considerado. Las variables determinantes del tamaño son: dimensión del mercado, tecnología del proceso productivo, disponibilidad de

insumos, la localización, también se encuentran íntimamente ligados con la oferta y demanda del producto y con todos los demás aspectos del proyecto.

Al definir el tamaño del proyecto como una función de la capacidad, se hace necesario diferenciar la capacidad instalada y utilizada. La capacidad instalada es el volumen máximo de producción que se puede lograr sometiendo los equipos a su pleno uso, independientemente de los costos de producción que genere. La capacidad utilizada es aquella que en las condiciones que se estime regirá durante la ejecución del proyecto ya implementado que permita operar a un mínimo costo unitario.

Con estos parámetros se plantea utilizar la maquinaria más ventajosa y que pueda cubrir los requerimientos industriales para la provincia de El Oro.

Respecto a la demanda insatisfecha, se debe tomar únicamente un porcentaje menos a ésta, para evitar el riesgo de implantar una empresa de producción con una capacidad instalada superior a la demanda esperada.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada se refiere al tamaño total de la planta, es decir que la empresa iniciará sus actividades con una capacidad instalada de 84.480 tarros de 1 libra al año.

La capacidad de producción de la maquina enlatadora es de 320 recipientes (tarros) de camarón diarios, esta producción diaria multiplicado por solo 22 días que se laboran al mes tenemos una producción mensual de 7.040 (tarros) de camarón de 1 libra. Luego la producción mensual la multiplicamos por los 12 meses lo cual nos dará la producción anual que es de 84.480 tarros de 1 libra al año, lo cual constituye el 100% de producción de la maquina. A continuación se detalla lo explicado.

CUADRO 24

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL

DEMANDA INSATISFECHA Primer año	PORCENTAJE %	Tarros de 1 Libra de camarón enlatado
145.227	58,171	84.480
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		84.480

Fuente: Cuadro N°. 23

Elaboración: El Autor

En el presente cuadro se puede observar que con el 100% de la capacidad instalada se producirá 84.480 tarros de 1 libra de camarón enlatado.

CAPACIDAD UTILIZADA.

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

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

CUADRO 25
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	84.480	80	67.584
2	84.480	85	71.808
3	84.480	90	76.032
4	84.480	90	76.032
5	84.480	90	76.032
6	84.480	90	76.032
7	84.480	90	76.032
8	84.480	90	76.032
9	84.480	90	76.032
10	84.480	90	76.032

Fuente: Cuadro N° 21

Elaboración: El Autor

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la presente empresa pretende alcanzar, de ahí que se deba encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para la buena marcha de la presente empresa en sus actividades productivas y administrativas.

ASPECTOS LOCALIZACIONALES

a) Transporte o Flete.

Constituye la facilidad que tendría la empresa para transportar los materiales e insumos desde el lugar donde se los compra hasta el lugar de producción de igual manera se preverá el transporte de los productos terminados hacia el mercado consumidor; Es por tanto importante planificar donde se va a realizar la obra para estimar la facilidad de acceso de vehículos y de que manera se puede minimizar el número de viajes para así reducir los costos por flete, si logramos este objetivo podremos considerar óptima la localización de la empresa.

b) Disponibilidad y Costos de Recursos.

Sin duda alguna este es un factor importante para la localización de la empresa, que en cierta forma se relaciona con la distancia de la empresa al radio urbano además el transporte y otros costos de servicios, sin embargo

la localización de la empresa no tendría mayor problema ya que no esta ubicada en áreas demasiado alejadas de la ciudad esto se lo planifica inclusive para evitar gastos mayores para el personal de la empresa.

- **Mano de Obra.**

En este aspecto es importante manifestar que para la empresa se necesitará obligatoriamente mano de obra especializada en Industrias alimenticias y personal practicante aunque no tenga mayor experiencia en labores similares, es necesario además manifestar que la presente no tendrá ningún tipo de problemas en cuanto a la movilidad de la fuerza de trabajo ya que donde va a estar localizada la empresa existe facilidad de transporte.

- **Materias Primas.**

Hay empresas que tienen dificultades con las materias primas y su transporte, ya que estas pueden ser perecederas y pueden sufrir daños que perjudiquen a la empresa, en el presente caso se usará materias primas que se da en la localidad como es el Camarón.

- **Energía Eléctrica.**

Es uno de los factores que inciden en la localización de la empresa, aun en contra de otros factores que puedan indicar una ubicación diferente, aunque la energía eléctrica pueda ser transportable a largas distancias hay casos en que las empresas tienen que obligatoriamente instalar planta propia, en el

presente caso al estar ubicado dentro de la parte norte de la ciudad de Santa Rosa donde no hay escasez de este y otros recursos.

- Agua.

Como se conoce para la presente empresa este es uno más de los elementos básicos en el proceso productivo del cual no se podrá prescindir, es así que tendrá una gran influencia dentro del factor localizacional, su disponibilidad para su utilización.

MACRO LOCALIZACIÓN.

Se refiere a la totalidad de la extensión que se cubrirá en el presente proyecto; de acuerdo a los estudios realizados la Ciudad de Santa Rosa cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación de dicha empresa, en consecuencia y siguiendo las Ordenanzas Municipales, la empresa estará situada en esta Ciudad.

GRÁFICA 15



MICRO LOCALIZACIÓN.

CUADRO 26

MATRIZ CUALITATIVA POR PUNTOS PARA SELECCIONAR

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

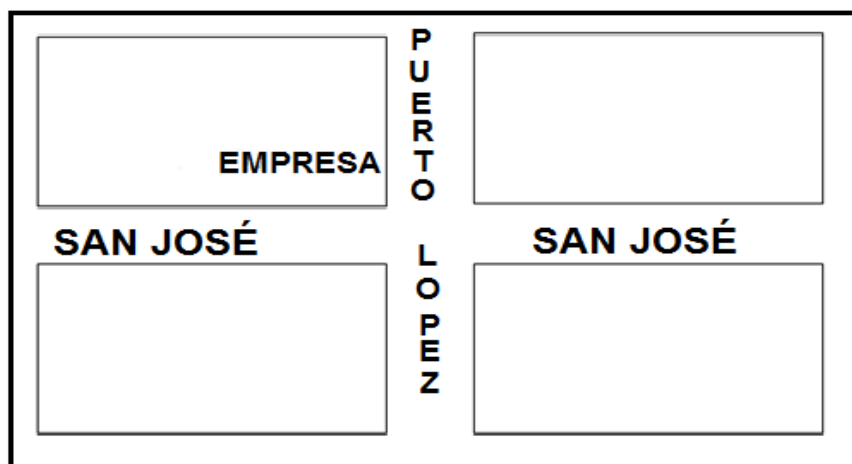
FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A		B		C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Arriendo	35	60	21	70	24,5	80	28
Seguridad	30	70	21	80	24	50	15
Facilidad de parqueo	20	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	15	100	15	100	15
TOTAL	100		69	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

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: EL AUTOR

Para determinar la localización más apropiada para el proyecto se tomó la alternativa que obtuvo mayor puntaje, en este caso la empresa funcionará en la ciudad de Santa Rosa, en las calles San José y Puerto López. Se ha elegido este lugar porque es apropiado para la adquisición de la materia prima y cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz, alcantarillado, teléfono, y está cerca a lugares comerciales.

GRÁFICA 16



INGENIERIA DEL PROYECTO.

El objetivo del estudio del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. En ésta parte del estudio determinamos los aspectos relacionados con la tecnología necesaria, el proceso de producción, la infraestructura física requerida, así como, los equipos necesarios para la operación de la planta.

EL PRODUCTO.

El producto que se pretende producir debidamente elaborado, es camarón Enlatado en tarros de 1 libra, para lo cual se le dará un nombre adecuado para que sea identificado en el mercado. Por lo tanto, se cree que el más adecuada sería “ATLANTIS CAMARÓN ENLATADO”

La etiqueta es la parte exterior de un producto en la cual se informa al usuario las características generales del mismo, la información mínima que debe contener una etiqueta es:

- Nombre del producto: camarón enlatado
- Marca comercial : ATLANTIS
- Identificación del lote
- Razón social de la empresa: Masache Cía. Ltda.
- Contenido neto: 1 Libra.

- Numero de registro sanitario:
- Fecha de elaboración y el tiempo máximo de utilización
- Lista de ingredientes: camarón, perseverante.
- Precio de venta al público
- Calidad y país de elaboración

En base a esta información la etiqueta para el camarón enlatado de 1 libra será de la siguiente manera:

GRÁFICA 17

ETIQUETA



El camarón se envasará en tarros de lata no retornable.

PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso productivo es la aplicación de las formas y métodos para cambiar y transformar un conjunto de materias primas, mediante la utilización de equipos, herramientas, maquinarias y mano de obra necesarios, en un producto terminado; en el presente caso el camarón enlatado.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.

El camarón enlatado está compuesto por camarón y perseverante constituyen la materia prima, es así que seguidamente se da a conocer el respectivo proceso para la elaboración de camarón enlatado el cual está representado por las siguientes etapas:

- Revisión y clasificado de la materia prima
- Integrar con los demás ingredientes y mezclar
- Elaborar el camarón enlatado
- Control de calidad
- Envasado
- Almacenamiento

REVISION CLASIFICADO Y PESADO DE LA MATERIA PRIMA.

Antes de empezar con el proceso se realiza la revisión de la materia prima (camarón) para determinar si el estado es idóneo y proceder a la

preparación, una vez comprobado lo mencionado se procede a la siguiente etapa de este proceso.

MEZCLA DE LA MATERIA PRIMA.

Al empezar el proceso es necesario realizar la mezcla de la materia prima, en donde se procede a la combinación de la materia prima, esto es el camarón y el perseverante.

CONTROL DE CALIDAD

En este momento al mezclar la materia prima se realiza un control de calidad para revisar que la materia prima este en buen estado de combinación.

ELABORACIÓN DEL CAMARÓN ENLATADO (Control-calidad)

Terminada la operación anterior se procede a elaborar el camarón enlatado.

PESADO DEL CAMARÓN.

El proceso continúa y en esta fase se realiza el pesado del camarón enlatado, para lo cual se procede a introducir en la máquina envasadora.

ETIQUETADO.

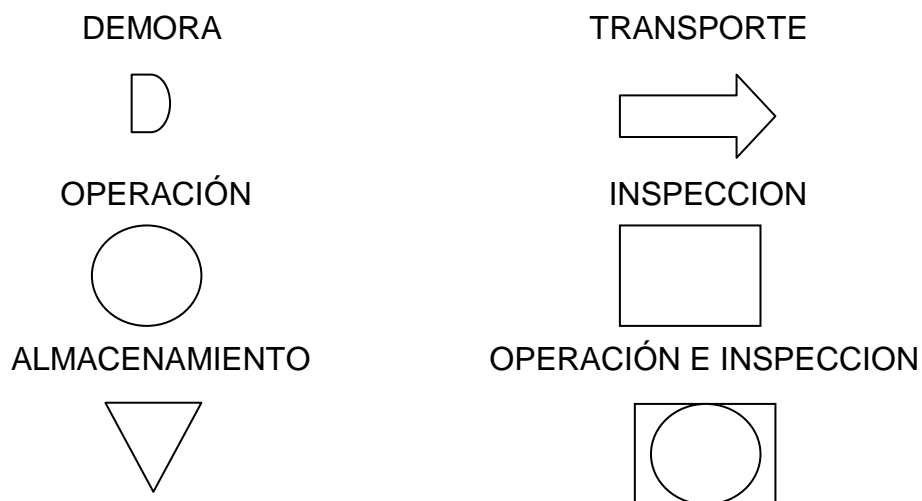
Luego del pesado del producto se procederá al etiquetado, para ello se utilizara una máquina etiquetadora, obteniéndose ya el producto terminado en su estética compacidad y empaquetado, cabe señalar que la envoltura constara la razón social de la empresa y otras especificaciones como registro sanitario, fecha de caducidad entre otras.

ALMACENAMIENTO.

Finalmente una vez que los paquetes están listos se procederá a ubicarlos en una forma uniforme entre todas ellas para evitar averías, éstos serán arreglados con la indicación del bodeguero el cual se encargara de llevar registro de entradas y salidas de mercadería.

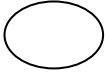
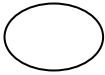
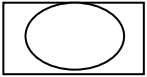

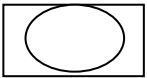


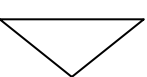
FLUJOGRAMA DE ELABORACIÓN DE CAMARÓN ENLATADO

SIMBOLOGIA.



A continuación se presentara las diversas etapas por las que debe atravesar el proceso productivo para llegar a obtener camarón enlatado.

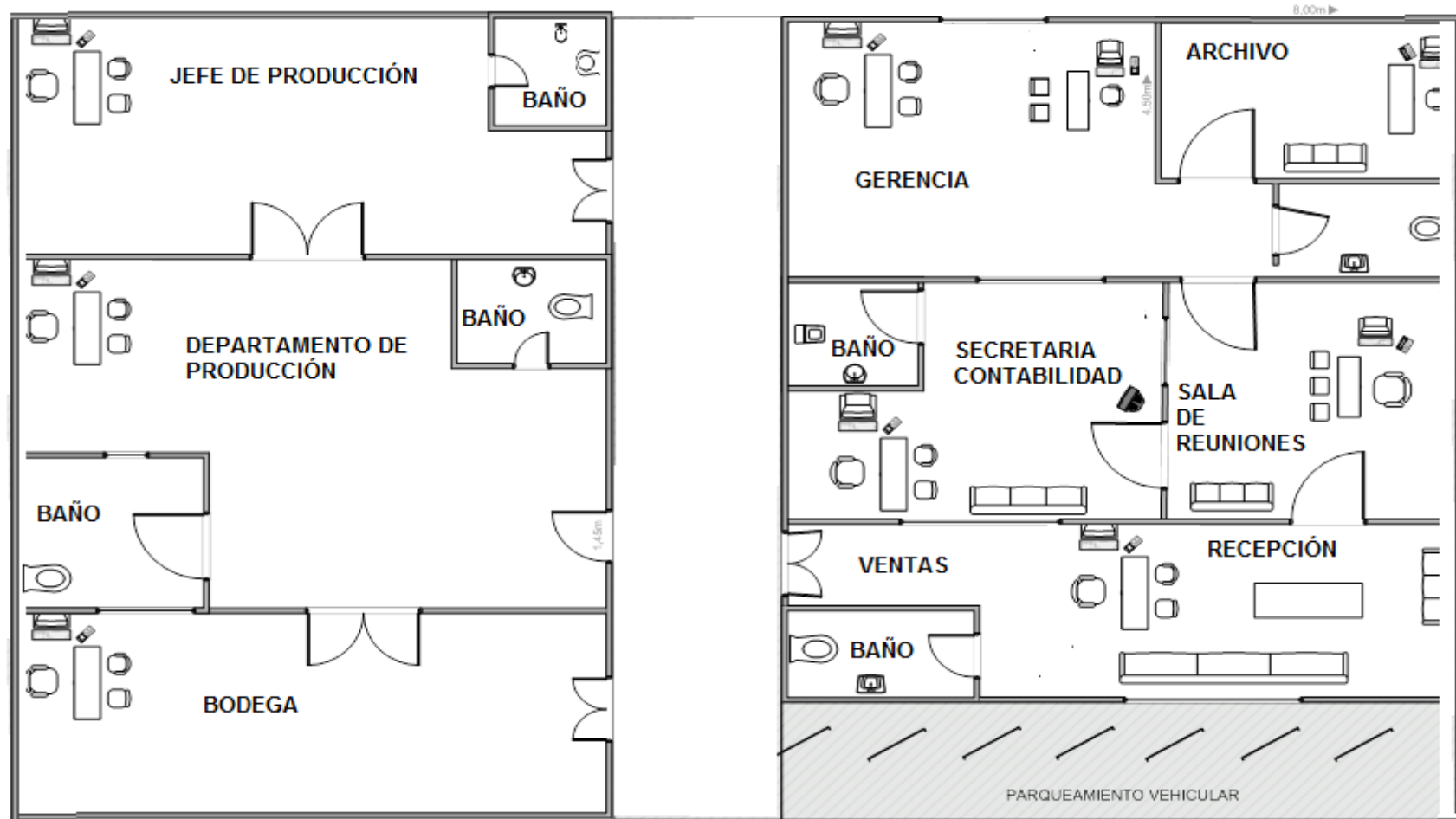
FLUJO DE PROCESO DE ELABORACIÓN DE CAMARÓN ENLATADO

TIEMPO	DESCRIPCION DEL PROCESO	SIMBOLOGIA
20 MINUTOS	REVISIÓN Y CLASIFICADO DE LA MATERIA PRIMA	
25'	MEZCLA DE LA MATERIA PRIMA	
20'	CONTROL DE CALIDAD	
110'	ENLATADO DEL CAMARÓN	
20'	CONTROL DE CALIDAD	
40'	PESADO DEL CAMARÓN	
110'	ETIQUETADO	
65'	ALMACENAMIENTO	
480'	TIEMPO TOTAL PARA UN DÍA DE LABORES	

Nota: El control de calidad se lo aplicará durante todo el proceso productivo pero especialmente se lo hará en el paso tercer y quinto que se indica en el flujo de procesos.

GRÁFICA 18

DISTRIBUCIÓN FÍSICA



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

MAQUINARIA Y EQUIPO

Mezcladora

Envasadora

Etiquetadora

OTROS MATERIALES

- Escritorio con sillón	3
- Archivador	1
- Sillas	10
- Mesas	3
- Perchas	1 juego
- Computadoras	2
- Sumadora	2
- Teléfono	2
- Kit de herramientas	1

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

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

MANO DE OBRA DIRECTA.

Obreros 2

MANO DE OBRA INDIRECTA.

Jefe de Producción 1

PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Gerente 1

Secretaria Contadora 1

Asesor Jurídico 1

Conserje Guardián 1

PERSONAL DE VENTAS.

Agentes vendedores 2

ORGANIZACIÓN 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.

Organización Legal

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

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.

La razón social de la empresa será MASACHE Cía. Ltda.

Objetivo Social

La empresa como tal, tendrá su objeto social en la comercialización de camarón enlatado.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

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

Niveles Administrativos

Los niveles administrativos, 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 e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad 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. Esta 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

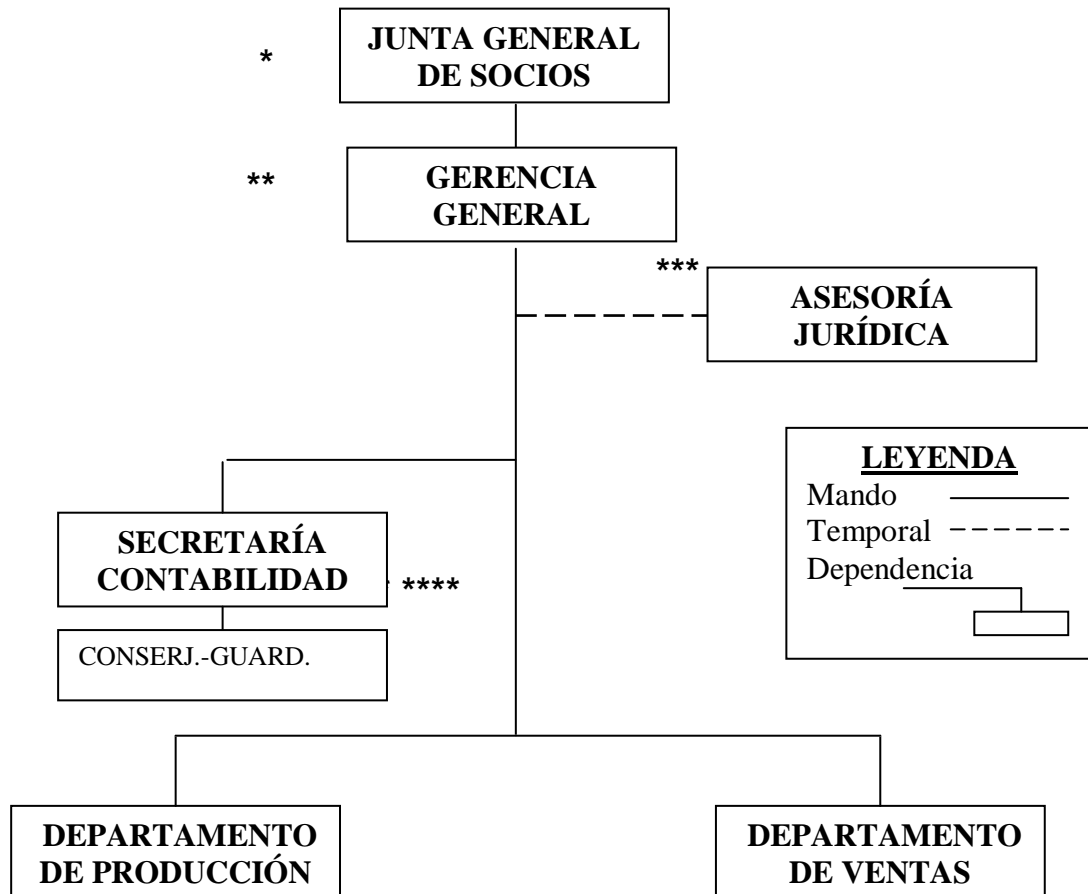
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Organigramas

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”⁴⁵.

⁴⁵ Organización Aplicada, Víctor H. Vázquez, 1985, pág. 122.

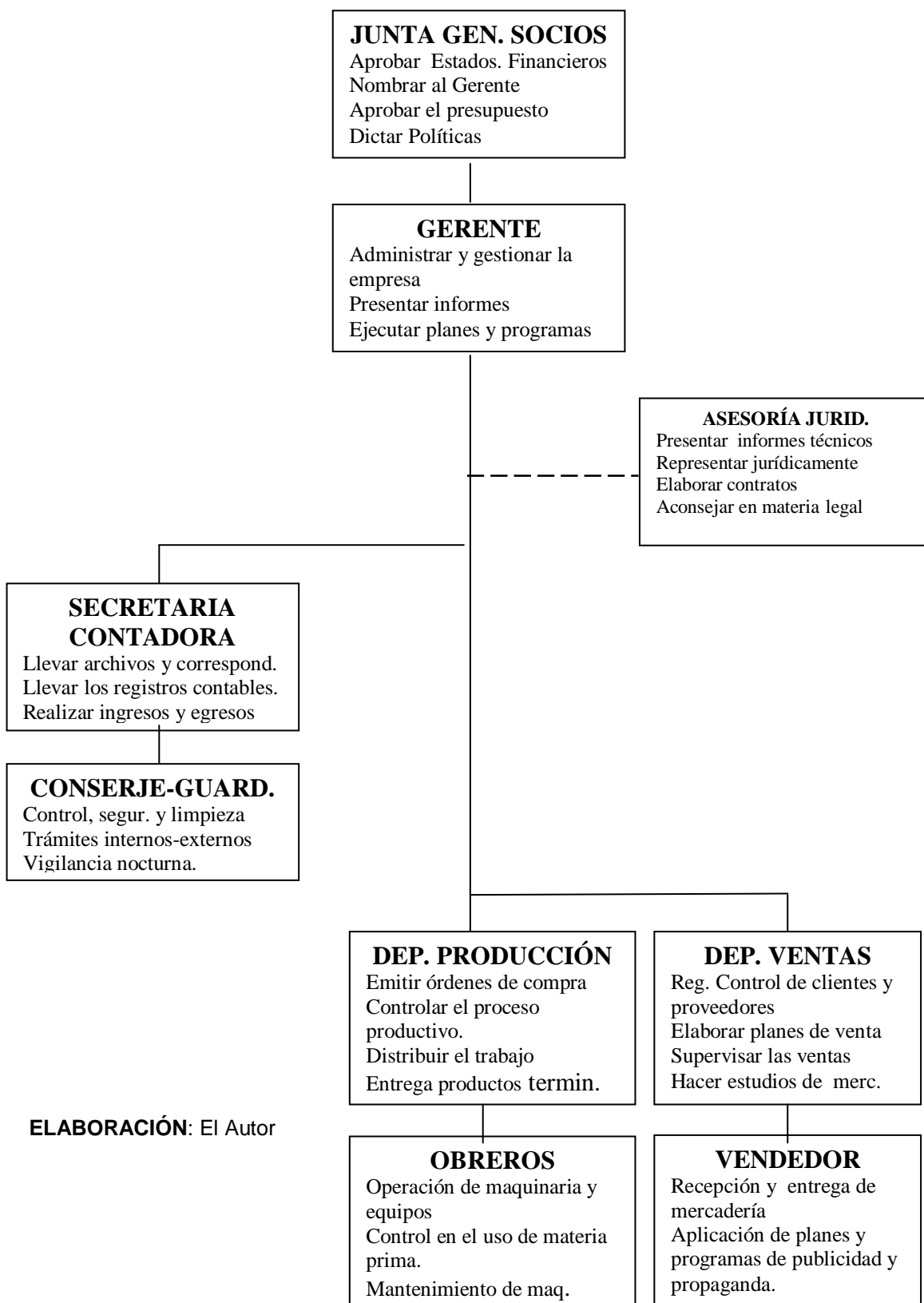
GRÁFICA 19
“MASACHE Cia. Ltda.”
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



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

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 20
“MASACHE Cia. Ltda.”
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO:	01
TITULO DEL PUESTO:	Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.	
<u>TAREAS TÍPICAS DE GERENCIA:</u>	
PLANIFICAR:	Las diferentes actividades de la empresa.
ORGANIZAR:	En forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas.
EJECUTAR:	Los diferentes planes de acción trazados y las disposiciones de la Junta General de Socios.
CONTROLAR:	La ejecución de los planes para realizar los ajustes correspondientes.
REPRESENTAR:	Judicial y extrajudicialmente a la empresa.
SELECCIONAR:	El personal idóneo para que trabaje en la empresa.
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	
Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.	
<u>REQUISITOS MÍNIMOS:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Título en Ingeniería Comercial - Experiencia mínima 1 año - Curso de Relaciones Humanas - Cursos de Mercadotecnia - Cursos de Computación 	

CÓDIGO:	02
TÍTULO DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
<u>NATURALEZA DEL TRABAJO:</u>	
<p>Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.</p>	
<u>TAREAS TÍPICAS:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico. - Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. - Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. - Participar en procesos contractuales. - Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes. 	
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	
<p>Se caracterizan por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.</p>	
<u>REQUISITOS MÍNIMOS:</u>	
EDUCACIÓN:	Título a nivel universitario, Abogado
EXPERIENCIA:	Dos años en funciones similares.

CÓDIGO:	03
TÍTULO DE PUESTO:	Secretaria - Contadora
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<p>Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.</p>	
<u>TAREAS TÍPICAS:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas - Manejar datos e información confidencial de la empresa - Llevar las actas de las reuniones de la Junta General de Accionistas. - Tramitar pedidos u órdenes del jefe - Enviar y recibir correspondencia de la empresa. - Mantener la información administrativa al día - Llevar actualizado el sistema contable de la empresa - Preparar estados financieros de la empresa - Determinar el control previo sobre gastos - Organizar en forma adecuada los registros contables - Ejecutar operaciones contables - Realizar análisis financieros 	
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	
<p>Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.</p>	
<u>REQUISITOS MÍNIMOS</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Título en Contabilidad y Auditoria - Experiencia mínima 2 años - Curso de Secretariado y contabilidad - Curso de Informática - Cursos de Relaciones Humanas. 	

CÓDIGO:	04
TITULO DE PUESTO:	Conserje Guardián
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Encargado de las actividades de tramitación administrativa, limpieza y vigilancia de oficinas de la empresa.	
<u>TAREAS TÍPICAS:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantener limpia el área física de la empresa - Mantenerse vigilante y a expectativa de los servicios básicos - Determinar el control previo sobre gastos - Estar vigilando permanentemente la empresa - Controlar el ingreso y egreso de personas en la empresa - Informar a sus superiores acontecimientos que atenten con la seguridad de la empresa - Garantizar la protección de las personas y de los bienes de la empresa. 	
<u>CARACTERISTICAS DE LA CLASE:</u>	
Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando, ya que cumple con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones.	
<u>REQUISITOS MÍNIMOS</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Bachiller - Haber cumplido con el Servicio Militar Obligatorio - Experiencia mínima 2 años - Curso de preparación física y defensa personal - Cursos de Relaciones Humanas. 	

CÓDIGO:	05
TITULO DEL PUESTO:	Jefe de Producción
NATURALEZA DEL TRABAJO:	Organizar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.
<u>TAREAS TÍPICAS</u>	<ul style="list-style-type: none">- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores- Receptar la materia prima e insumos.- Control de inventarios.- Organizar actividades para ser desarrolladas en planta.- Realizar diseños para la producción.- Controlar la ejecución de las tareas en cada uno de los miembros subalternos.- Realizar el control de calidad de los productos elaborados.- Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.
<u>REQUISITOS MÍNIMOS</u>	<ul style="list-style-type: none">- Título en Ingeniería en Industrias- Experiencia mínima 1 año- Cursos de Relaciones Humanas

CÓDIGO:	06
TITULO DEL PUESTO:	Obreros
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<p>Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima. Dar mantenimiento a la misma.</p>	
<u>TAREAS TÍPICAS</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores - Pesar la cantidad de materia prima a procesar - Vigilar el proceso productivo. - Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria. - Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo - Evitar desperdicios de materiales. 	
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	
<p>Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza</p>	
<u>REQUISITOS MÍNIMOS</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Bachiller. - Experiencia mínima 1 año - Cursos de Capacitación en procesos productivos - Cursos de Relaciones Humanas 	

CÓDIGO:	07
TÍTULO DEL PUESTO:	Vendedor
NATURALEZA DEL TRABAJO:	<p>Planificar estrategias de distribución y comercialización del producto.</p>
<u>TAREAS TÍPICAS</u>	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar los planes y calendarios de pedidos y entregas del producto.- Presentar informes de ventas a su inmediato superior.- Mantener un sistema adecuado de comercialización.
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	<p>Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del producto.</p>
<u>REQUISITOS MÍNIMOS</u>	<ul style="list-style-type: none">- 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 Humanas

CÓDIGO:	08
TITULO DEL PUESTO:	Auxiliar de Ventas
NATURALEZA DEL TRABAJO:	<p>Planificar la distribución y comercialización del producto.</p>
<u>TAREAS TÍPICAS</u>	<ul style="list-style-type: none">- Atender al público que requiera información en el área de ventas.- Establecer stocks mínimos y máximos en bodega.- Establecer stocks mínimos y máximos en bodega
<u>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</u>	<p>Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del producto.</p>
<u>REQUISITOS MÍNIMOS</u>	<ul style="list-style-type: none">- 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 Humanas

ESTUDIO FINANCIERO.

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

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

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo o Activo circulante

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:

CUADRO 27
INSTALACIONES Y ADECUACIONES

CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Instalaciones y Adecuaciones	1	6.000,00	6.000,00
TOTAL			6.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

CUADRO 28
MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Envasadora	1	9.000,00	9.000,00
Etiquetadora	1	6.500,00	6.500,00
Equipo de Laboratorio	1	300	300,00
TOTAL			15.800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

CUADRO 29
EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	75	150
Sumadora	2	50	100
Equipo de librería	2	110	220
Reloj	2	40	80
TOTAL			550

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

CUADRO 30
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	Nro.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	4	780	3.120,00
IMPRESORA TINTA	2	80	160,00
IMPRESORA MATRICIAL	2	150	300,00
SCANER	1	50	50,00
TOTAL			3.630,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

CUADRO 31
HERRAMIENTAS

CONCEPTO	Nro.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit de herramientas	1	250	250
TOTAL			250

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

CUADRO 32
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

CONCEPTO	Nro.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio con sillón	4	170	680
Archivador pequeño	4	120	480
Sillas plásticas	10	25	250
Mesas de trabajo	2	75	150
Perchas (juego)	2	210	420
TOTAL			1.980,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

CUADRO 33
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

CONCEPTO	Nro.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit Completo equipo de seguridad	4	210	840
TOTAL			840,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

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

CUADRO 34
ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	520	520
Prueba de funcionamiento	300	300
Patentes	350	350
Registro Sanitario	2000	2000
Imprevistos 5%	158,5	158,5
TOTAL:		3.328,50

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

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

CUADRO 35
MATERIA PRIMA DIRECTA

CONCEPTO	CANTIDAD Kg.	VALOR UNITARIO	VALOR 1 MES	V/Año 1 67.584
Camarón	2553,00	12,1	2574,28	30.891,30
Perservante	154	1,91	24,51	294,14
TOTAL			2598,79	31185,44

Fuente: Cuadro 21

Elaboración: El Autor.

CUADRO 36
MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1 SUELDO
Obreros (2)	916,92	11.003,08
	916,92	11.003,08

Fuente: Anexo 3

Elaboración: El Autor.

Se la considera mano de obra directa a los recursos humanos que intervienen directamente en la elaboración del producto, su valor para el primer año es de 11.003,08 USD., el personal no variará dado que la producción por persona es bastante flexible en el proceso productivo como en las actividades.

CUADRO 37
MANO DE OBRA INDIRECTA

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1 SUELDO
Jefe de Producción	508,69	6.104,32
	508,69	6.104,32

Fuente: Anexo 4

Elaboración: El Autor.

Se la considera mano de obra indirecta a los recursos humanos que intervienen indirectamente en la elaboración del producto, su valor para el primer año es de 6.104,32 USD.

CUADRO 38
MATERIALES INDIRECTOS (USD)

CONCEPTO	1er. AÑO		
	Cantidad	V/U	V/T
Envase Metálico	67.584	0,07	4.730,88
Etiqueta	67.584	0,021	1.419,26
Cartón	6.120	0,071	434,52
Cinta adhesiva	120	0,26	31,20
Energía Eléctrica	4.251	0,51	2.168,01
TOTAL			8.783,87

Fuente: Almacenes distribuidores

Elaboración: El Autor

Estos materiales indirectos son todos los que intervienen en la carga fabril, no son parte del producto terminado pero de alguna manera forman parte de él.

DEPRECIACIONES.

Las depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos, Las depreciaciones para los diez años de vida útil de la empresa se detalla a continuación:

CUADRO 39
DEPRECIACIONES

DENOMINACION	ANEXOS	VALOR DEPRECIACION ANUAL
Máquina y equipo	7	1.264,00
Equipos de oficina	8	49,5
Equipos de computación	9	806,71
Herramientas	10	22,5
Muebles y enseres de oficina y planta	11	178,2
Equipos de seguridad industrial	12	75,6
TOTAL		2.396,51

Fuente: Anexos 7 al 12

Elaboración: El Autor

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo y arriendo de local y otros imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos.

CUADRO 40
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO
		V/TOTAL
Personal Administrativo	1651,66	19819,91
Gastos Generales Adm.	431,00	5.172,00
Amortización Diferida	27,74	332,85
TOTAL	2110,40	25324,76

Fuente: Anexos 4 Cuadros 41 y 42

Elaboración: El Autor

CUADRO 41
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Teléfono	30	360
Útiles de Aseo	31	372
Arriendo	300	3600
Otros	70	840
TOTAL	431	5172

Fuente: Investigación directa
Elaboración: El Autor

CUADRO 42
AMORTIZACIÓN DIFERIDO

CONCEPTO	VALOR TOTAL	AÑOS 1-10
ACTIVO DIFERIDO	3.328,50	332,85

Fuente: Cuadro 34 ANEXO 12
Elaboración: El Autor

GASTOS DE VENTAS.

Los gastos de ventas corresponden a todos los gastos que intervienen en la comercialización del producto entre ellos tenemos: pago personal de ventas, viáticos y promoción.

CUADRO 43
GASTOS DE VENTAS

CONCEPTO	1er. MES	AÑOS 1
Personal de Ventas	967,16	11.605,86
Gastos generales de ventas	80,00	960
Promoción	180,00	2.160,00
TOTAL	1.227,16	14.725,86

Fuente: Cuadros 44,45

Elaboración: El Autor

CUADRO 44
GASTOS GENERALES DE VENTAS

CONCEPTO	1er. MES	AÑOS 1
Viáticos	80	960
TOTAL	80	960

Fuente: Planificación Presupuestaria

Elaboración: El Autor

CUADRO 45
PROMOCIÓN

CONCEPTO	1er. MES	AÑOS 1
Radio	60	720
Periódico	70	840
Promoción en Ventas	50	600
TOTAL	180	2160

Fuente: Planificación Presupuestaria

Elaboración: El Autor

INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de

presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

ACTIVO FIJO

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepción del terreno, y se genera en la instalación de la empresa. Entre estos activos tenemos.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

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

CUADRO 46
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	CUADROS	VALOR
Instaciones y Adecuacione	27	6.000,00
Maquinaria y Equipo	28	15.800,00
Equipos de Oficina	29	550,00
Equipos de Computación	30	3.630,00
Herramientas	31	250,00
Muebles y Enseres	32	1.980,00
Equipos de Seguridad	33	840,00
Imprevistos 5%		1.452,50
TOTAL		30.502,50

FUENTE: Cuadros 27 al 33

ELABORACIÓN: El Autor

ACTIVO DIFERIDO:

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo; por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

CUADRO 47
ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	520	520
Prueba de funcionamiento	300	300
Patentes	350	350
Registro Sanitario	2000	2000
Imprevistos 5%	158,5	158,5
TOTAL:		3.328,50

Fuente: Cuadro 34

Elaboración: El Autor

ACTIVO CIRCULANTE

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.

CUADRO 48
INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

ACTIVOS	CUADRO	VALOR
Rubros calculados para un mes de operación		
Materia prima directa	29	2.598,79
Materia prima indirecta	31	731,99
Mano de obra directa	30	916,92
Gastos Administrativos	33	2.110,40
Gastos de Ventas	36	1.227,16
Imprevistos 5%		379,26
Total:		7.964,52

ELABORACIÓN: El Autor

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO 49
INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR	PORCENTAJE
Activo fijo	30.502,50	72,98
Activo diferido	3.328,50	7,96
Activo circulante	7.964,52	19,06
Total:	41.795,52	100,00

FUENTE: Cuadros 46, 47 y 48

ELABORACIÓN: El Autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

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

a. FUENTES INTERNAS

El 64,11% del total de la inversión y que corresponde a 26.795,52 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

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

El crédito que mantendrá el proyecto con el B.N.F. constituirá el 35,89% que corresponde a 15.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO 50
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	15.000,00	35,89%
Capital social	26.795,52	64,11%
TOTAL:	41.795,52	100,00%

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO 51
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				15.000,00
1	750,00	1.125,00	1.875,00	14.250,00
2	750,00	1.068,75	1.818,75	13.500,00
3	750,00	1.012,50	1.762,50	12.750,00
4	750,00	956,25	1.706,25	12.000,00
5	750,00	900,00	1.650,00	11.250,00
6	750,00	843,75	1.593,75	10.500,00
7	750,00	787,50	1.537,50	9.750,00
8	750,00	731,25	1.481,25	9.000,00
9	750,00	675,00	1.425,00	8.250,00
10	750,00	618,75	1.368,75	7.500,00
11	750,00	562,50	1.312,50	6.750,00
12	750,00	506,25	1.256,25	6.000,00
13	750,00	450,00	1.200,00	5.250,00
14	750,00	393,75	1.143,75	4.500,00
15	750,00	337,50	1.087,50	3.750,00
16	750,00	281,25	1.031,25	3.000,00
17	750,00	225,00	975,00	2.250,00
18	750,00	168,75	918,75	1.500,00
19	750,00	112,50	862,50	750,00
20	750,00	56,25	806,25	0,00
	15.000,00	11.812,50	26.812,50	

ELABORACIÓN: El Autor

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

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

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales de manera parecida pero no idéntica, a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que aquí se utilizará es, estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como lo exponemos en el cuadro 52.

CUADRO 52 : PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia Prima Directa	31185,44	32.482,75	33.834,04	35.241,53	36.707,58	38.234,62	39.825,18	41.481,90	43.207,55	45.004,98
Mano de obra directa	11.003,08	11.460,81	11.937,58	12.434,18	12.951,44	13.490,22	14.051,42	14.635,96	15.244,81	15.878,99
Materia Prima Indirecta	8.783,87	9.149,28	9.529,89	9.926,33	10.339,27	10.769,38	11.217,39	11.684,03	12.170,09	12.676,36
Mano de obra indirecta	6.104,32	6.358,26	6.622,76	6.898,27	7.185,24	7.484,14	7.795,48	8.119,78	8.457,56	8.809,39
Depreciaciones	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51
Imprevistos 5%	2.973,66	3.092,38	3.216,04	3.344,84	3.479,00	3.618,74	3.764,30	3.915,91	4.073,83	4.238,31
Total carga proceso de fabricación	62.446,88	64.939,99	67.536,82	70.241,67	73.059,04	75.993,62	79.050,27	82.234,08	85.550,34	89.004,56
GASTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	19819,91	20.644,42	21.503,23	22.397,76	23.329,51	24.300,01	25.310,90	26.363,83	27.460,56	28.602,92
Gastos Generales de Administración	5.172,00	5.387,16	5.611,26	5.844,69	6.087,83	6.341,08	6.604,87	6.879,63	7.165,83	7.463,92
Amortización Diferida	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85
Imprevistos 5%	1.266,24	1.318,22	1.372,37	1.428,76	1.487,51	1.548,70	1.612,43	1.678,82	1.747,96	1.819,98
Total gastos administrativos	26.591,00	27.682,64	28.819,70	30.004,06	31.237,69	32.522,64	33.861,05	35.255,13	36.707,20	38.219,68
VENTAS										
Sueldo para ventas	11.605,86	12.088,66	12.591,55	13.115,36	13.660,96	14.229,26	14.821,19	15.437,75	16.079,96	16.748,89
Gastos Generales de ventas	960,00	999,94	1.041,53	1.084,86	1.129,99	1.177,00	1.225,96	1.276,96	1.330,08	1.385,42
Promoción	2.160,00	2.249,86	2.343,45	2.440,94	2.542,48	2.648,25	2.758,41	2.873,16	2.992,69	3.117,18
Imprevistos 5%	736,29	766,92	798,83	832,06	866,67	902,73	940,28	979,39	1.020,14	1.062,57
Total gastos de ventas	15.462,15	16.105,38	16.775,36	17.473,22	18.200,10	18.957,23	19.745,85	20.567,28	21.422,87	22.314,07
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	2.193,75	1.968,75	1.743,75	1.518,75	1.293,75	1.068,75	843,75	618,75	393,75	168,75
Total gastos financieros	2.193,75	1.968,75	1.743,75	1.518,75	1.293,75	1.068,75	843,75	618,75	393,75	168,75
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	106.693,78	110.696,76	114.875,63	119.237,70	123.790,59	128.542,24	133.500,92	138.675,24	144.074,17	149.707,06

Elaboración: El Autor

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 camarón enlatado.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro N 53, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica utilizando los siguientes criterios.

- Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 60% en función a la competencia
- Consideramos como base de cálculo el año 1 de vida útil del proyecto.
- Por otro lado se detendrá el precio del producto constante por los diez años de vida útil del proyecto.

Para la determinación del precio ex - fábrica para su comercialización aplicaremos la siguiente fórmula matemática.

$$P V EX - FAB. = \text{Costo Unitario} / (1 - \text{Margen de utilidad \%} / 100)$$

Cuadro 54

INGRESOS TOTALES (DÓLARES)

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 60%	INGRESOS POR VENTAS
1	106693,78	67.584	1,58	2,21	149.371,29
2	110696,76	71.808	1,54	2,16	154.975,47
3	114875,63	76.032	1,51	2,12	160.825,88
4	119237,70	76.032	1,57	2,20	166.932,78
5	123790,59	76.032	1,63	2,28	173.306,83
6	128542,24	76.032	1,69	2,37	179.959,14
7	133500,92	76.032	1,76	2,46	186.901,29
8	138675,24	76.032	1,82	2,55	194.145,33
9	144074,17	76.032	1,89	2,65	201.703,84
10	149707,06	76.032	1,97	2,76	209.589,88

FUENTE: Costos Totales y Capacidad Utilizada

ELABORACIÓN: El Autor

Costo unitario = Costo Total / # de productos

C. U. = C.T. / Nro. P

C. U. = 106.693,78/ 67.584

C. U. = 1,58

P.U.V. EX/F. = CU/ (1-MU/100)

P.U.V. EX/F. = 1,58/(1-40%/100)

P.U.V. EX/F. = 2,21 USD.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

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

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas. El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

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

EGRESOS:

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

CUADRO 55
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	149371,29	154975,47	160825,88	166932,78	173306,83	179959,14	186901,29	194145,33	201703,84	209589,88
(-) Costo Total	106.693,78	110.696,76	114.875,63	119.237,70	123.790,59	128.542,24	133.500,92	138.675,24	144.074,17	149.707,06
(=) Utilidad Bruta Ventas	42.677,51	44.278,71	45.950,25	47.695,08	49.516,24	51.416,90	53.400,37	55.470,10	57.629,67	59.882,82
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	6.401,63	6.641,81	6.892,54	7.154,26	7.427,44	7.712,53	8.010,06	8.320,51	8.644,45	8.982,42
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	36.275,89	37.636,90	39.057,71	40.540,82	42.088,80	43.704,36	45.390,31	47.149,58	48.985,22	50.900,40
(-) 25% Impuesto a la renta	9.068,97	9.409,23	9.764,43	10.135,20	10.522,20	10.926,09	11.347,58	11.787,40	12.246,30	12.725,10
(=) Utilidad Neta	27.206,91	28.227,68	29.293,29	30.405,61	31.566,60	32.778,27	34.042,73	35.362,19	36.738,91	38.175,30
(-) 10% reserva Legal	2.720,69	2.822,77	2.929,33	3.040,56	3.156,66	3.277,83	3.404,27	3.536,22	3.673,89	3.817,53
(=) Utilidad Líquida	24.486,22	25.404,91	26.363,96	27.365,05	28.409,94	29.500,44	30.638,46	31.825,97	33.065,02	34.357,77

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

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

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

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

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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

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

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

CUADRO 56: CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia Prima Directa		31.185,44		36707,58		45004,98
Mano de obra directa		11003,08		12951,44		15878,99
Materia Prima Indirecta		8.783,87		10339,27		12676,36
Mano de obra indirecta		6.104,32		7185,24		8809,39
Depreciaciones	2.396,51		2.396,51		2.396,51	
Imprevistos 5%	2973,661		3479,00		4238,31	
Total carga proceso de fabricación	5.370,17	57.076,71	5.875,51	67.183,53	6.634,82	82.369,74
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	19819,91		23329,51		28602,92	
Gastos Generales de Administración	5.172,00		6087,83		7463,92	
Amortización Diferida	332,85		332,85		332,85	
Imprevistos 5%	1266,24		1487,51		1819,98	
Total gastos administrativos	26591,00	0,00	31237,69	0,00	38219,68	0,00
VENTAS						
Sueldo para ventas	11.605,86		13660,96		16748,89	
Gastos Generales de ventas	960		1129,99		1385,42	
Promoción	2160		2542,48		3117,18	
Imprevistos 5%	736,293		866,67		1062,57	
Total gastos de ventas	15.462,15	0,00	18.200,10	0,00	22.314,07	0,00
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	2.193,75		1293,75		168,75	
Total gastos financieros	2.193,75		1293,75		168,75	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	49.617,07	57.076,71	56.607,06	67.183,53	67.337,32	82.369,74

Elaboración: El Autor

AÑO 1**MATEMÁTICAMENTE:***** PE en función de la Capacidad Instalada**

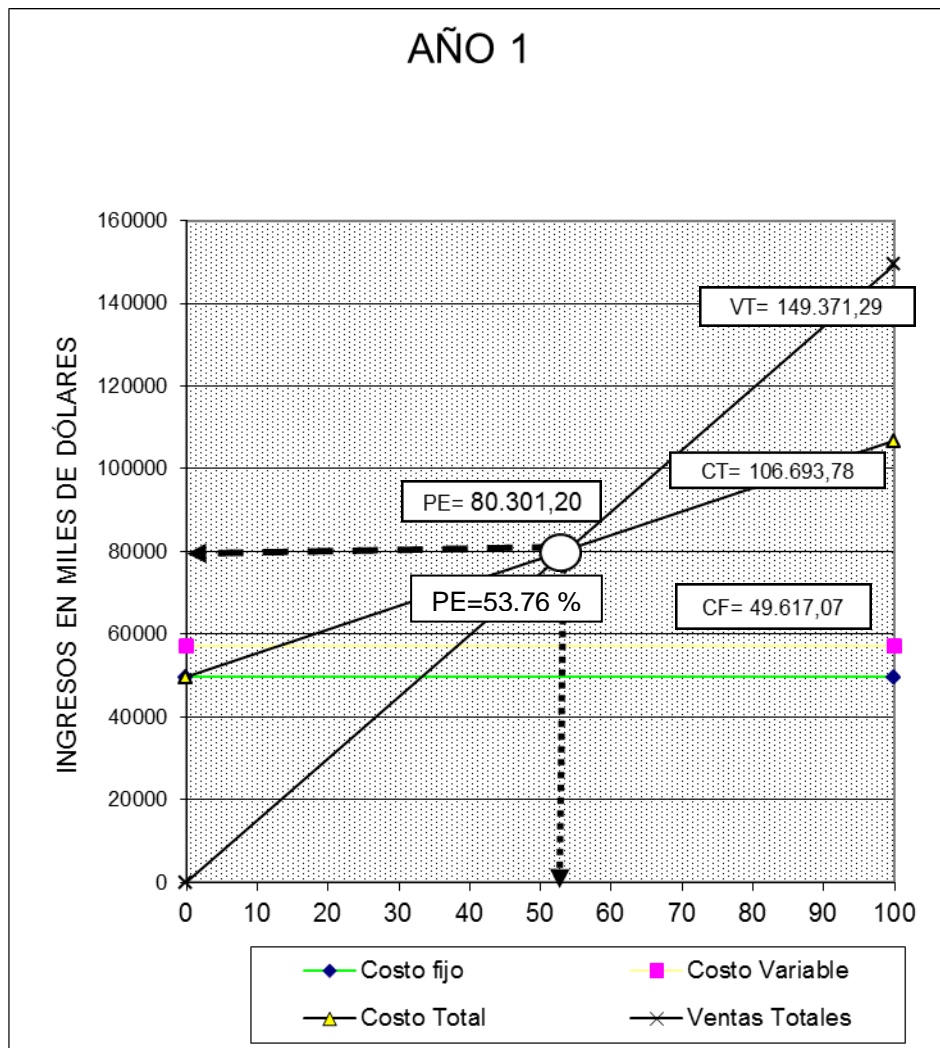
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{49617,07}{149371,29 - 57076,71} * 100 = \mathbf{53,76\%}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{49617,07}{1 - \frac{57076,71}{149371,29}} = \mathbf{80301,20}$$

ANÁLISIS: Lo que determina que se debe producir con un 53,76% de la capacidad instalada y se debe vender el 80.301,20 dólares para no perder ni ganar.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

AÑO 5**MATEMÁTICAMENTE:***** PE en función de la Capacidad Instalada**

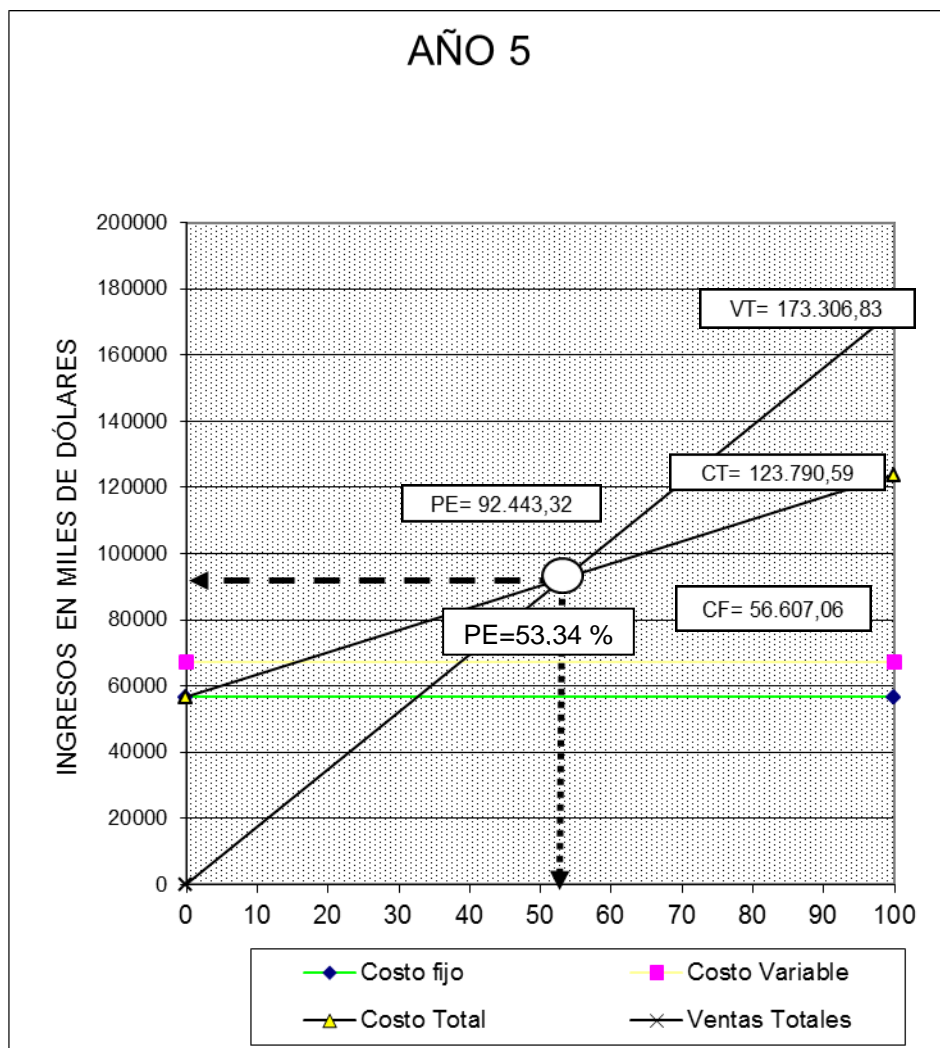
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{56607,06}{173306,83 - 67183,53} * 100 = \mathbf{53,34\%}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{56607,06}{1 - \frac{67183,53}{173306,83}} = \mathbf{92443,32}$$

ANÁLISIS: Lo que determina que se debe producir con un 53,34% de la capacidad instalada y se debe vender el 92.443,32 dólares para no perder ni ganar.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

AÑO 10

MATEMÁTICAMENTE:

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

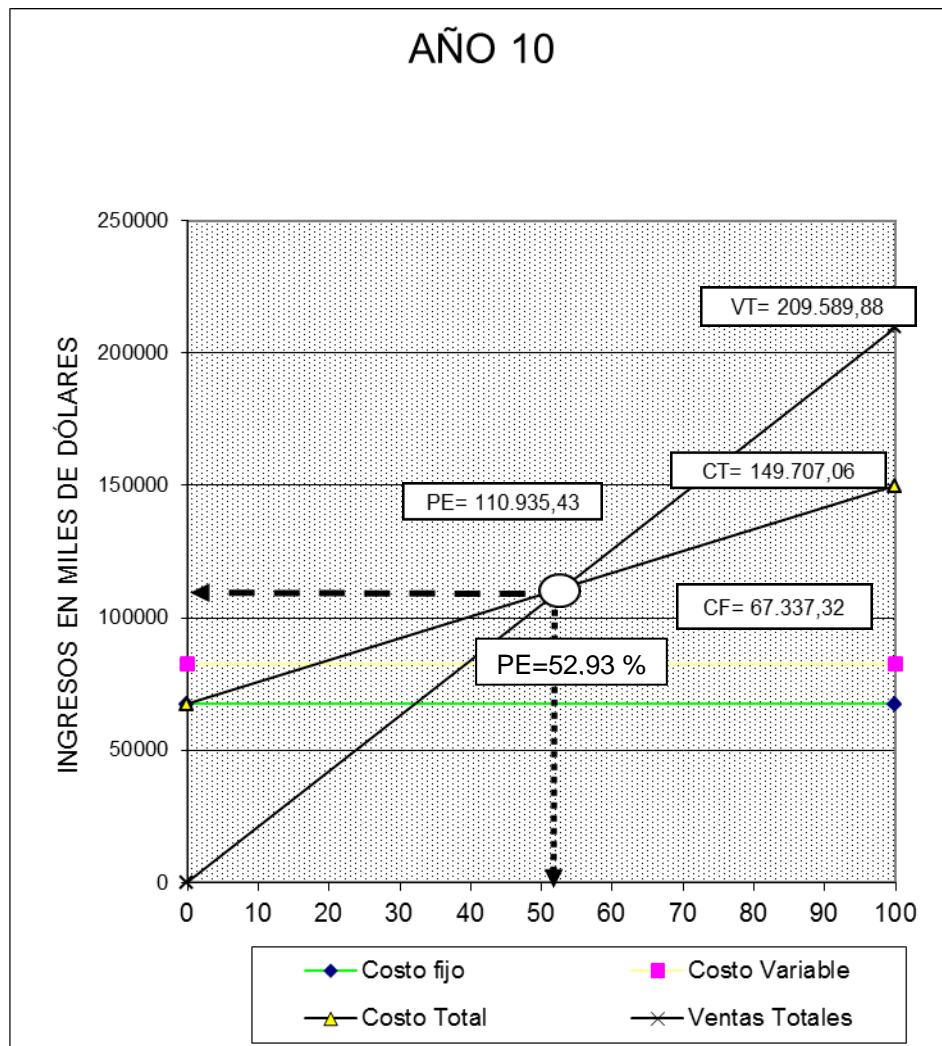
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{67337,32}{209589,88 - 82369,74} * 100 = \mathbf{52,93\%}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{67337,32}{1 - \frac{82369,74}{209589,88}} = \mathbf{110935,43}$$

ANÁLISIS: Lo que determina que se debe producir con un 52,93% de la capacidad instalada y se debe vender el 110.935,43 dólares para no perder ni ganar.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

FLUJO DE CAJA

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

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

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

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

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro 57 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

**CUADRO 57
FLUJO DE CAJA**

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	149371,29	154975,47	160825,88	166932,78	173306,83	179959,14	186901,29	194145,33	201703,84	209589,88
Valor Residual			1.209,88			1.321,00			1.524,21	3.124,00
TOTAL INGRESOS	149.371,29	154.975,47	162.035,76	166.932,78	173.306,83	181.280,14	186.901,29	194.145,33	203.228,05	212.713,88
EGRESOS										
Costo de Producción	106.693,78	110.696,76	114.875,63	119.237,70	123.790,59	128.542,24	133.500,92	138.675,24	144.074,17	149.707,06
Reinversiones				4.128,11			4.627,80			5124,00
EGRESOS	106.693,78	110.696,76	114.875,63	123.365,81	123.790,59	128.542,24	138.128,72	138.675,24	144.074,17	154.831,06
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	42.677,51	44.278,71	47.160,13	43.566,97	49.516,24	52.737,90	48.772,57	55.470,10	59.153,88	57.882,82
(-) 15% Utilidad Trabajadores	6401,63	6641,81	7074,02	6535,05	7427,44	7910,68	7315,89	8320,51	8873,08	8682,42
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	36.275,89	37.636,90	40.086,11	37.031,92	42.088,80	44.827,21	41.456,68	47.149,58	50.280,80	49.200,40
(-) 25% Impuesto a la renta	9068,97	9409,23	10021,53	9257,98	10522,20	11206,80	10364,17	11787,40	12570,20	12300,10
UTILIDAD NETA	27.206,91	28.227,68	30.064,58	27.773,94	31.566,60	33.620,41	31.092,51	35.362,19	37.710,60	36.900,30
Amortización	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85	332,85
Depreciaciones	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51	2.396,51
FUJO NETO DE CAJA	24.477,55	25.498,32	27.335,22	25.044,58	28.837,24	30.891,05	28.363,15	32.632,83	34.981,24	34.170,94

VALOR ACTUAL NETO.

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

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

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

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

Cuadro 58
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	41.795,52		
1	24.477,55	0,869565217	21.284,83
2	25.498,32	0,756143667	19.280,39
3	27.335,22	0,657516232	17.973,35
4	25.044,58	0,571753246	14.319,32
5	28.837,24	0,497176735	14.337,21
6	30.891,05	0,432327596	13.355,05
7	28.363,15	0,37593704	10.662,76
8	32.632,83	0,326901774	10.667,73
9	34.981,24	0,284262412	9.943,85
10	34.170,94	0,247184706	8.446,53
			140.271,03
			41.795,52
			98.475,51

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

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 140.271,03 - 41.795,52$$

$$VAN = 98.475,51$$

FUENTE: El Autor

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

En la presente se acepta el proyecto por ser mayor a uno.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

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

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

Cuadro 59
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		24.477,55	
2	41.795,52	25.498,32	49.975,87
3		27.335,22	77.311,09
4		25.044,58	102.355,68
5		28.837,24	131.192,92
6		30.891,05	162.083,97
7		28.363,15	190.447,12
8		32.632,83	223.079,94
9		34.981,24	258.061,18
10		34.170,94	292.232,12
		292.232,12	

Permite conocer el tiempo que se va recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro ya que el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior a cubrir la inversión}}{1 + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}}$$

$$\text{PRC} = \frac{1}{1 + \frac{41795,52 - 24477,55}{25498,32}}$$

$$\text{PRC} = 1,68$$

0,68 * 12 =	8,15	1 Años
3,15 * 30 =	4,51	8 Meses
		4 Días

TASA INTERNA DE RETORNO

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

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

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

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

CUADRO 60
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 61,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 62,00%	VAN MAYOR
0			41.795,52		41.795,52
1	24.477,55	0,6211180124	15.203,45	0,6172839506	15.109,60
2	25.498,32	0,3857875854	9.836,93	0,3810394757	9.715,86
3	27.335,22	0,2396196182	6.550,06	0,2352095529	6.429,51
4	25.044,58	0,1488320610	3.727,44	0,1451910820	3.636,25
5	28.837,24	0,0924422739	2.665,78	0,0896241247	2.584,51
6	30.891,05	0,0574175614	1.773,69	0,0553235338	1.709,00
7	28.363,15	0,0356630816	1.011,52	0,0341503295	968,61
8	32.632,83	0,0221509824	722,85	0,0210804503	687,91
9	34.981,24	0,0137583742	481,28	0,0130126236	455,20
10	34.170,94	0,0085455740	292,01	0,0080324837	274,48
			469,49		-224,58

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

$$TIR = 61 + 1,00 \left(\frac{469,49}{694,07} \right)$$

$$TIR = 61 + 1,00 \left(0,68 \right)$$

$$TIR = 61 + 0,68 \left(\right)$$

$$TIR = 61,68 \%$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

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

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

CUADRO 61
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R_(B/C)

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	106693,78	0,8695652174	92777,20	149371,29	0,8695652174	129888,08
2	110696,76	0,7561436673	83702,66	154975,47	0,7561436673	117183,72
3	114875,63	0,6575162324	75532,59	160825,88	0,6575162324	105745,63
4	119237,70	0,5717532456	68174,54	166932,78	0,5717532456	95444,36
5	123790,59	0,4971767353	61545,80	173306,83	0,4971767353	86164,12
6	128542,24	0,4323275959	55572,36	179959,14	0,4323275959	77801,30
7	133500,92	0,3759370399	50187,94	186901,29	0,3759370399	70263,12
8	138675,24	0,3269017738	45333,18	194145,33	0,3269017738	63466,45
9	144074,17	0,2842624120	40954,87	201703,84	0,2842624120	57336,82
10	149707,06	0,2471847061	37005,29	209589,88	0,2471847061	51807,41
			610.786,44			855.101,02

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

$$R (B/C) = \frac{855101,02}{610786,44}$$

$$R (B/C) = 1,40 \quad \text{Dólares}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 25,7% en los costos y una disminución del 18,30% en los ingresos.

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

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

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

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 25,7% y en un 18,30%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

FORMULAS:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia entre TIR

% de Variación = -----

TIR del Proyecto

% Variación

Sensibilidad = -----

Nueva TIR

CUADRO 62
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 25,7 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 25,70%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 38,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 39,00%	VAN MAYOR
0						41.795,52		41.795,52
1	106.693,78	134.114,08	149.371,29	15.257,21	0,7246376812	11.055,95	0,7194244604	10.976,41
2	110.696,76	139.145,83	154.975,47	15.829,64	0,5250997690	8.312,14	0,5175715543	8.192,97
3	114.875,63	144.398,67	160.825,88	16.427,22	0,3805070790	6.250,67	0,3723536362	6.116,73
4	119.237,70	149.881,79	166.932,78	17.050,99	0,2757297674	4.701,47	0,2678803138	4.567,62
5	123.790,59	155.604,77	173.306,83	17.702,05	0,1998041792	3.536,94	0,1927196502	3.411,53
6	128.542,24	161.577,60	179.959,14	18.381,54	0,1447856371	2.661,38	0,1386472304	2.548,55
7	133.500,92	167.810,65	186.901,29	19.090,63	0,1049171284	2.002,93	0,0997462089	1.904,22
8	138.675,24	174.314,77	194.145,33	19.830,56	0,0760269046	1.507,66	0,0717598625	1.423,04
9	144.074,17	181.101,23	201.703,84	20.602,61	0,0550919599	1.135,04	0,0516258004	1.063,63
10	149.707,06	188.181,77	209.589,88	21.408,11	0,0399217100	854,65	0,0371408636	795,12
						223,31		-795,70
$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) =$				38,00	+	1,00	$\left(\frac{223,31}{1019,01} \right) =$	38,22 %

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 61,68 - 38,22 = 23,46 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 23,46 / 61,68 = 38,03%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 38,03 / 38,22 = **0,999**

CUADRO 63
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 18,3 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 18,30%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 38,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 39,00%	VAN MAYOR
0						41.795,52		41.795,52
1	106.693,78	122.036,35	149.371,29	15.342,57	0,7246376812	11.117,80	0,7194244604	11.037,82
2	110.696,76	126.614,96	154.975,47	15.918,19	0,5250997690	8.358,64	0,5175715543	8.238,80
3	114.875,63	131.394,75	160.825,88	16.519,12	0,3805070790	6.285,64	0,3723536362	6.150,95
4	119.237,70	136.384,08	166.932,78	17.146,38	0,2757297674	4.727,77	0,2678803138	4.593,18
5	123.790,59	141.591,68	173.306,83	17.801,09	0,1998041792	3.556,73	0,1927196502	3.430,62
6	128.542,24	147.026,61	179.959,14	18.484,37	0,1447856371	2.676,27	0,1386472304	2.562,81
7	133.500,92	152.698,35	186.901,29	19.197,43	0,1049171284	2.014,14	0,0997462089	1.914,87
8	138.675,24	158.616,74	194.145,33	19.941,50	0,0760269046	1.516,09	0,0717598625	1.431,00
9	144.074,17	164.792,04	201.703,84	20.717,87	0,0550919599	1.141,39	0,0516258004	1.069,58
10	149.707,06	171.234,93	209.589,88	21.527,87	0,0399217100	859,43	0,0371408636	799,56
						458,38		-566,33
$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 38,00 + 1,00 \left(\frac{458,38}{1024,71} \right) = 38,45 \%$								

Diferencias TIR = $Tir \text{ Proyecto} - Nueva Tir$ 61,68 - 38,45 = 23,23 %

Porcentaje de variación = $Diferencia. Tir / Tir \text{ del proyecto}$ 23,23 / 61,68 = 37,66%

Sensibilidad = $Porcentaje \text{ de variación} / Nueva Tir$ 37,66 / 38,45 = **0,999**

h. CONCLUSIONES

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

- ✓ De acuerdo con los resultados del Estudio de Mercado, la demanda total de camarón enlatado en la provincia de El Oro es de 928.539 libras de camarón. La oferta estimada de 795.625 libras de camarón. La demanda insatisfecha es de 132.914 libras de camarón.
- ✓ La capacidad instalada será para producir 84.480 libras de camarón enlatado al año, representa el 47% de la demanda insatisfecha. La capacidad utilizada que tendrá la empresa en el primer año de funcionamiento será del 80% de la capacidad instalada, en el segundo año el 85% y a partir del tercer año el 90%.
- ✓ El monto total al que ascienden las inversiones es de \$ 41.795,52.
- ✓ El resultado de los indicadores es el siguiente: el VAN es \$ 98.475,51, la TIR 61,68%, la relación Beneficio Costo 1,40. Del análisis de los indicadores calculados, se desprende que considerando el margen de utilidad de 40% el proyecto es factible de implementarse.

i. RECOMENDACIONES

- ✓ Con el financiamiento propuesto en el presente proyecto realizar la implementación del proyecto, de manera que se cristalice su ejecución para beneficio de los inversionistas y del progreso socioeconómico de los pobladores de la provincia de El Oro.
- ✓ Adoptar las estrategias de marketing señaladas en la investigación a fin de viabilizar el cumplimiento de los objetivos y metas señalados en el proyecto.
- ✓ Considerar por parte de los inversionistas privados el presente estudio, puesto que garantiza una rentabilidad y un posicionamiento dentro del sector agroindustrial de la provincia de El Oro.
- ✓ Apoyar en la elaboración de este tipo de investigaciones por parte de las autoridades competentes, instituciones públicas y privadas, y ciudadanía en general, en razón que de ponerse en marcha se beneficiará al inversionista, así como a la generación de empleo.
- ✓ Se aspira que la presente investigación se constituya adicionalmente como fuente de consulta y en futuros estudios se actualicen, amplíen datos e información relacionada con este tema.

j. BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

k. ANEXOS

ANEXO 1

FICHA RESUMEN

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN ENLATADO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO”

PROBLEMA

La concentración de las principales empresas en nuestro país, están localizadas en las ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil y en un menor grado en la ciudad de Santa Rosa, ya que la falta de iniciativa por parte del sector público como privado, la limitada inversión por parte de quienes estamos inmersos en el desarrollo empresarial en nuestras provincias de El Oro ha dado como resultado un limitado y bajo nivel de producción, contribuyendo a agudizar mayores niveles de pobreza por la falta de empleo, el subempleo y el desempleo generado por las privatizaciones de las empresas, mal llamada modernización.

Las épocas de crisis son propicias para la creatividad. Cuando no hay empleo la gente busca alternativas para obtener ingresos y claro la única alternativa es crear microempresas con poco capital. Considerando que en Santa Rosa carece de este tipo de empresas y principalmente industriales,

he visto conveniente realizar el proyecto de tesis Titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN ENLATADO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO**”. En la práctica de microempresas es una pequeña unidad económica con menos de 15 trabajadores, que operan en el área urbana y semi – urbana que se dedican a actividades de producción, comercialización y servicios.

La ciudad de Santa Rosa por ser parte del cordón fronterizo ha sido marginada en el pasado y siguen siendo en la actualidad relegada en su atención por los gobiernos de turno, lo que no ha permitido su desarrollo acorde con los adelantos de la globalización de mercados. Esto degenera en la falta de fuentes de trabajo, industrias y otros factores que determinen un crecimiento socioeconómico aceptable; así mismo estas provincias carecen de empresas productoras más únicamente se han dedicado a ser una ciudad consumista, además existe la materia prima que es llevada a otras ciudades para que luego regrese a la ciudad de Santa Rosa a ser consumida, una de las causas es que las personas no invierten en empresa sus capitales son trasladados a otras ciudades.

Por lo tanto la ausencia de inversión y conocimientos científicos en elaboración de proyectos y su incidencia en la creación de una empresa productora de camarón enlatado en la ciudad de Santa Rosa conlleva al no aprovechamiento de la Materia Prima existente ya que se posee materia

prima de calidad y la misma no es aprovechada y el producto que se encuentra en el mercado es perecedero.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa productora de Camarón enlatado en las provincias de El Oro.

ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.
- Diseñar un estudio técnico del tamaño, localización y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto en estudio.
- Elaborar un modelo de organización empresarial para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.
- Determinar costos y rentabilidad del proyecto en estudio
- Realizar la evaluación económica y financiera de la empresa, para poder determinar la factibilidad o no del proyecto, mediante los indicadores de rentabilidad como son el VAN, TIR, RB/C, PRC, y Análisis de Sensibilidad.

METODOLOGIA

MÉTODOS:

Es el conjunto de Procedimiento que se seguirá en la investigación para hallar la verdad y enseñarla.

Método Científico.- El Método Científico está basado en los datos científicos y matemáticos, con la utilización de todos los pasos de la investigación, se relacionará con la producción de Camarón Enlatado ya que se utilizarán conceptos científicos o referentes de autores lo que permitirá tener una mejor visión sobre la temática a investigar cómo se puede crear una empresa productora de Camarón Enlatado.

Método Inductivo.- En términos muy generales, consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Según este método, se admite que cada conjunto de hechos de la misma naturaleza está regido por una Ley Universal. El objetivo científico es enunciar esa Ley Universal partiendo de la observación de los hechos, en la presente investigación se lo utilizará de la revisión de empresas productoras de Camarón Enlatado, para determinar cómo se posee a nivel general.

Método Deductivo.- Este Método se aplicará para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitirá realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de producción de Camarón Enlatado. Y ayudará a determinar de que forma están estructuradas estas empresa de producción, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia, hasta llegar a la empresa de producción de Camarón Enlatado en la provincia de El Oro.

Método Estadístico.- Este método se aplicará para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayuda a resolver problemas y representar gráficamente; a través de éste método se podrá medir los resultados obtenidos de la encuesta y así poder determinar el mayor porcentaje de los cuales permitirán determinar el problema de determinar la factibilidad de crear una empresa de producción y comercialización de Camarón Enlatado.

Método Bibliográfico.- Este método permitirá conocer todos los autores de libros que se han dedicado a analizar sobre empresas de producción y de otra manera también servirá de guía para obtener más información. Por lo tanto la bibliografía es el conjunto de catálogos, libros, folletos, Internet o escritos referentes de una materia determinada.

Método Sintético: Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

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

El método sintético se lo utilizará en la presente cuando utilicemos las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extraerán las leyes generalizadoras de empresa.

Método Analítico: Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. La física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas.

Estas operaciones no existen independientes una de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis.

Este método lo implementare en el marco teórico del proyecto de investigación así como en la introducción del mismo; además, permitirá

realizar el Punto de equilibrio, la evaluación económica con sus indicadores, como el VAN. AS, RBC, etc.

Técnicas:

En lo que refiere a la recolección bibliográfica se utilizará libros, periódicos, revistas, copiosos, etc., los mismos que mediante la técnica de fichas bibliográficas permitirán estructurar el marco teórico, el cual servirá de base para conocer a fondo el problema en estudio.

También se realizará la observación, encuestas, entrevistas, con el objeto de tener datos cuantitativos que faciliten fortalecer el objeto del estudio.

Procedimientos

A continuación se procederá a realizar la elaboración del formulario para aplicar el censo, para luego proceder al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios y técnicas del proyecto.

Con los datos que se obtendrá se efectuara los cálculos necesarios para determinar el monto de las inversiones. La manera de financiar las operaciones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostrará su factibilidad.

Parte de la información secundaria que se necesitara para el análisis, se la encontrará en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los censos de población y vivienda 2010, fuentes que servirán de información para determinar el tamaño de la muestra en la provincia de El Oro.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

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

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

En donde: pf = Población para 2013

po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

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

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

$$pf = 641.181 \text{ población para el año 2013}$$

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

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

FORMULA:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

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

e = margen de error

n = 400 encuestas a familias de la provincia de El Oro

ANEXO 2

MODELO DE ENCUESTAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAMARÓN ENLATADO Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DEL ORO"**, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

A. DATOS GENERALES

- ¿Cuántas personas conforman su familia? ()
- ¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

Marque con una (X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos

- | | |
|-------------|----------|
| 01 – 240 | () |
| 240 – 500 | () |
| 501 – 1000 | () |
| 1001 – 1500 | () |
| 1501 – 2000 | () |
| Más de 2000 | () |

DATOS ESPECÍFICOS

1. ¿Usted y su familia tiene la costumbre de Consumir Camarón?

- SI ()
NO ()

2. ¿Cuántas libras consume usted de Camarón al mes?

- ½ a 1 libra ()
1 ½ a 2 libras ()
2 más ()

3. ¿Si en la provincia de El Oro se implementara una empresa de producción y comercialización de Camarón enlatado estaría dispuesto hacer nuestro consumidor?

- SI ()
NO ()

4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por libra de Camarón enlatado?

\$ 4,00 dólares ()

\$ 4,50 dólares ()

\$ 5,00 dólares ()

Más de \$ 5,00 dólares ()

5. ¿Dónde adquiere o le gustaría adquirir Camarón enlatado para su consumo o el de su familia?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente en ambas circunstancias según corresponda.

ADQUIERE ACTUALMENTE	LE GUSTARÍA ADQUIRIR
Bodegas ()	Bodegas ()
Mercados ()	Mercados ()
)	Supermercados ()
Supermercados ()	Tiendas ()
Tiendas ()	Otros.....
Otros.....	

6. ¿Qué consideraría o consideraría usted al momento de adquirir Camarón enlatado?

Marque con una(X) la respuesta o respuestas que considere conveniente

- Cantidad ()
- Sabor ()
- Calidad ()
- Precio ()
- Higiene ()
- Presentación ()
- Otra () Cuales?.....

7. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Televisión ()

- Tv. OK Machala ()

• Otros ()

Radio ()

- La voz del Oro ()
- Radio Impacto ()
- Radio Lluvia ()
- Canela ()
- Fuego ()

• Otros ().....

Prensa Escrita ()

- Correo ()
- La Opinión ()
- El Nacional ()
- Otros ().....

Vallas Publicitarias ()

8. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?

- 7H00 - 12H00 ()
- 13H00 – 18H00 ()
- 19H00 en adelante ()

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

SI ()
NO ()

10. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Sorteos mensuales ()
Descuentos personales ()
Producto gratis ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA OFERTA

En calidad de egresado de la carrera de Administración de Empresas y con el propósito de desarrollar la nuestra tesis de grado, planteo la presente encuesta, que tiene como objeto recopilar información para determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de Camarón enlatado y su comercialización en la provincia de El Oro, por lo que solicito su colaboración dando respuesta a las siguientes interrogantes.

1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

.....

2. ¿Vende en su negocio camarón enlatado?

Si () No ()

3. ¿Qué cantidad de Camarón enlatado vende mensualmente?

1 a 10 ()

11 a 20 ()

21 a 30 ()

30 más ()

4. ¿Indique los días de mayor venta de camarón enlatado?

Lunes ()

Martes ()

Miércoles ()

Jueves ()

Viernes ()

Sábados ()

Domingos ()

5. ¿Cuánto es el precio de venta de cada libra de camarón enlatado?.

\$ 4,00 dólares ()

\$ 4,50 dólares ()

\$ 5,00 dólares ()

Más de \$ 5,00 dólares ()

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

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Televisión ()

• Tv. OK Machala ()

• Otros ()

Radio ()

• La voz del Oro ()

• Radio Impacto ()

• Radio Lluvia ()

• Canela ()

• Fuego ()

• Otros ()

Prensa Escrita ()

• Correo ()

• La Opinión ()

• El Nacional ()

• Otros ()

Vallas Publicitarias ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO 3**MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	2 Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico	340
13º Sueldo	28,33
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	44,23
IECE (0.50%)	1,7
SECAP (0.50%)	1,7
Vacaciones	14,17
Total	458,46
Número de empleados	2
Total Mensual	916,92
Total Anual	11.003,08

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales (2014)

ANEXO 3.A**PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16 %
1	11.003,08
2	11.460,81
3	11.937,58
4	12.434,18
5	12.951,44
6	13.490,22
7	14.051,42
8	14.635,96
9	15.244,81
10	15.878,99

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Banco Central (tasa de inflación a abril 2014)

ANEXO 4

MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	1 Jefe de Producción
REMUNERACIONES	
Salario Básico	380
13º Sueldo	31,67
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	49,06
IECE (0.50%)	1,9
SECAP (0.50%)	1,9
Vacaciones	15,83
Total	508,69
Número de empleados	1
Total Mensual	508,69
Total Anual	6.104,32

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales (2014)

ANEXO 4.A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16 %
1	6.104,32
2	6.358,26
3	6.622,76
4	6.898,27
5	7.185,24
6	7.484,14
7	7.795,48
8	8.119,78
9	8.457,56
10	8.809,39

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Banco Central (tasa de inflación a abril 2014)

ANEXO 5

PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	1 Gerente	1 Secretaria Contadora	1 Conserje Guardián
REMUNERACIONES			
Salario Básico	520	380	340
13º Sueldo	43,33	31,67	28,33
14º Sueldo	28,33	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	65,97	49,06	44,23
IECE (0.50%)	2,6	1,9	1,7
SECAP (0.50%)	2,6	1,9	1,7
Vacaciones	21,67	15,83	14,17
Total	684,50	508,69	458,46
Número de empleados	1	1	1
Total Mensual	684,50	508,69	458,46
Total Anual	8.214,05	6.104,32	5.501,54

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales (2014)

ANEXO 5.A

PROYECCIÓN PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16 %
1	19.819,91
2	20.644,42
3	21.503,23
4	22.397,76
5	23.329,51
6	24.300,01
7	25.310,90
8	26.363,83
9	27.460,56
10	28.602,92

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Banco Central (tasa de inflación a abril 2014)

ANEXO 6

PERSONAL VENTAS

DESCRIPCIÓN	1 Vendedor	1 Auxiliar de Ventas
REMUNERACIONES		
Salario Básico	380	340
13º Sueldo	31,67	28,33
14º Sueldo	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	49,06	44,23
IECE (0.50%)	1,9	1,7
SECAP (0.50%)	1,9	1,7
Vacaciones	15,83	14,17
Total	508,69	458,46
Número de empleados	1	1
Total Mensual	508,69	458,46
Total Anual	6.104,32	5.501,54

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales (2014)

ANEXO 6.A

PROYECCIÓN PARA PERSONAL VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4,16 %
1	11.605,86
2	12.088,66
3	12.591,55
4	13.115,36
5	13.660,96
6	14.229,26
7	14.821,19
8	15.437,75
9	16.079,96
10	16.748,89

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTE: Banco Central (tasa de inflación a abril 2014)

ANEXO 7
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 15.800,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		20% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	15.800,00	3.160,00		12.640,00
1	12.640,00		1264	11.376,00
2	11.376,00		1264	10.112,00
3	10.112,00		1264	8.848,00
4	8.848,00		1264	7.584,00
5	7.584,00		1264	6.320,00
6	6.320,00		1264	5.056,00
7	5.056,00		1264	3.792,00
8	3.792,00		1264	2.528,00
9	2.528,00		1264	1.264,00
10	1.264,00		1264	0,00

ANEXO 8
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO: 550,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	550,00	55,00		495,00
1	495,00		49,5	445,50
2	445,50		49,5	396,00
3	396,00		49,5	346,50
4	346,50		49,5	297,00
5	297,00		49,5	247,50
6	247,50		49,5	198,00
7	198,00		49,5	148,50
8	148,50		49,5	99,00
9	99,00		49,5	49,50
10	49,50		49,5	0,00

ANEXO 9
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 3.630,00				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL		33,33% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	3.630,00	1.209,88		2.420,12
1	2.420,12		806,707	1.613,41
2	1.613,41		806,707	806,71
3	806,71		806,707	0,00

ANEXO 10
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO: 250,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	250,00	25,00		225,00
1	225,00		22,5	202,50
2	202,50		22,5	180,00
3	180,00		22,5	157,50
4	157,50		22,5	135,00
5	135,00		22,5	112,50
6	112,50		22,5	90,00
7	90,00		22,5	67,50
8	67,50		22,5	45,00
9	45,00		22,5	22,50
10	22,50		22,5	0,00

ANEXO 11
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

VALOR DEL ACTIVO: 1.980,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.980,00	198,00		1.782,00
1	1.782,00		178,2	1.603,80
2	1.603,80		178,2	1.425,60
3	1.425,60		178,2	1.247,40
4	1.247,40		178,2	1.069,20
5	1.069,20		178,2	891,00
6	891,00		178,2	712,80
7	712,80		178,2	534,60
8	534,60		178,2	356,40
9	356,40		178,2	178,20
10	178,20		178,2	0,00

ANEXO 12
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

VALOR DEL ACTIVO: 840,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	840,00	84,00		756,00
1	756,00		75,6	680,40
2	680,40		75,6	604,80
3	604,80		75,6	529,20
4	529,20		75,6	453,60
5	453,60		75,6	378,00
6	378,00		75,6	302,40
7	302,40		75,6	226,80
8	226,80		75,6	151,20
9	151,20		75,6	75,60
10	75,60		75,6	0,00

ANEXO 13
AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	3328,50	332,85	2.995,65
2	2.995,65	332,85	2.662,80
3	2.662,80	332,85	2.329,95
4	2.329,95	332,85	1.997,10
5	1.997,10	332,85	1.664,25
6	1.664,25	332,85	1.331,40
7	1.331,40	332,85	998,55
8	998,55	332,85	665,70
9	665,70	332,85	332,85
10	332,85	332,85	0,00

FUENTE: Cuadro 35
ELABORACIÓN: El Autor

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	48
f. RESULTADOS	54
g DISCUSIÓN.....	66
h. CONCLUSIONES	155
i. RECOMENDACIONES	156
j. BIBLIOGRAFÍA	157
k. ANEXOS.....	160
ÍNDICE	182