



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

TÍTULO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN
DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA,
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**

Tesis previa a la obtención del
Título de Ingeniera comercial

AUTORA:

Gloria de Los Ángeles Martínez

DIRECTOR:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR
2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

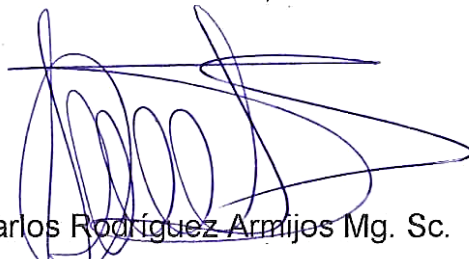
DIRECTOR DE TESIS, DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, la tesis de grado titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”** elaborada por la postulante **Gloria de Los Ángeles Martínez** previo a la obtención de Ingeniera Comercial, realizado por la aspirante señora: **Gloria de los Ángeles Martínez**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, julio de 2014

Atentamente,



Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

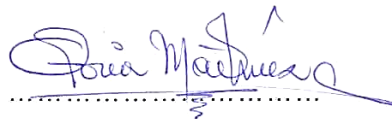
AUTORÍA

Yo Gloria de los Ángeles Martínez declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Gloria de los Ángeles Martínez

FIRMA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gloria Martínez', is written over a horizontal dotted line. The signature is fluid and cursive.

CÉDULA: 1400230296

FECHA: Loja, julio de 2014

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

Yo, Gloria de los Ángeles Martínez Vicuña, declaro ser autora de la tesis titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”** como requisito para optar al grado de Ingeniero Comercial, por lo que autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la publicación intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 31 días del mes de julio del año dos mil catorce, firma la autora:

FIRMA:.....

AUTORA: Gloria de los Ángeles Martínez Vicuña

CÉDULA: 140023029-6

DIRECCIÓN: Quito, Carlos Alzamora y Hugo Castillo

CORREO ELECTRÓNICO: gloriarmartvi@yahoo.es

TELÉFONO: 0987273534 / 032 312 316

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Rodríguez Armijos.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg. Sc. (PRESIDENTA)

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE. (VOCAL)

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE. (VOCAL)

AGRADECIMIENTO

Amerita mi reconocimiento profundo a la Universidad Nacional de Loja, a los Docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes no escatimaron su esfuerzo por formar profesionales con valores y conocimientos.

Debo agradecer de manera especial y sincera al Ingeniero Carlos Rodríguez. Director de Tesis, por su apoyo, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos que ayudan a formarte como persona.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos difíciles. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar donde estén quiero darles gracias por formar parte de mí.

Gloria de los Ángeles

DEDICATORIA

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por haberme creado a su imagen y semejanza.

A mis hijas. Beberley Paola Santamaría Martínez, Zuely Yocasta y Génesis Thais Trelles Martínez, por haberme permitido hacer uso del tiempo que hubiésemos podido compartir juntas.

Gloria de los Ángeles

a) TÍTULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS
Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA,
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**

b) RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es el Organizar la creación de una empresa de producción de asadores ecológicos para su comercialización en el cantón Palora, provincia de Morona Santiago la cual permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el método Deductivo el cual trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación, el método Inductivo el cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto, el método Estadístico el cual consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

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

En el estudio de mercado realizado en el cantón Palora, con una muestra de 326 personas y 5 comercializadoras; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 1.068 familias, la Demanda Real 1.025 familias, Demanda Efectiva 810 familias, las cuales compran 186 asadores, La Oferta de 114 asadores y la Demanda Insatisfecha de 72 asadores, 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 70 asaderos y cuya capacidad utilizada será de 60 asaderos, de los cuales se producirá el 50% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 60 asaderos, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Palora, en las calles Río Coca y Venezuela. 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, un Conserje-Guardián, una Contadora quienes serán parte del personal Administrativo, y el personal operativo distribuido de la siguiente manera: un Jefe de producción, un Jefe de Ventas, Dos Obreros, y un vendedor.

El proyecto alcanza una inversión de **20.749,25** dólares y se financiará con un aporte de los socios el 51,81% del total de la inversión que corresponde a 10.749,25 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 48,19% que corresponde a 10.000 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 31.898,39 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 44%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 2 años, 5 mes y 15 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 34,50% y disminuidos en un 23,80%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

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

ABSTRACT

The objective of this research is the creation Organize a production of organic roasters for marketing in the canton Palora province of Morona Santiago which allowed the application of different methods and techniques allows for the investigation, as the method deductive which is the more usual scientific method, which is characterized by four basic steps: observation and recording of all the facts: the analysis and classification of facts; inductive derivation of a generalization from the facts; and the contrast, the inductive method which the particular part to reach is usually so by studying the various parts that comprise an assessment of the project failed to win the general conclusion as the feasibility of the project, Statistical method which consists of a set of procedures for managing qualitative and quantitative research data.

This data management purpose is to check, in a part of the reality of one or more vertical consequences deduced from the general and specific objectives of the research. 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.

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 survey in the canton Palora, with a sample of 326 people and 5 trading; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred and then perform market analysis, determining the potential demand of 1,068 households, 1,025 families Demand Real, Effective Demand 810 families who buy 186 broiler, The Offer of 114 broiler unmet demand and 72 broilers, 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 70 broilers and whose capacity utilization is 60 broilers, of which 50 % of the capacity used for the first year, corresponding to 60 broilers occur also determined the location thereof to be located in the city of Palora, streets Coca River and Venezuela. 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 a Concierge - Guardian, one Accountant who will be part of the Administrative staff and operational staff distributed as follows: a Head production, a Head of Sales, Two Workers, and a seller.

The project reaches an investment of \$ 20,749.25 and will be funded with contributions from partners the 51.81 % of total investment corresponding to \$ 10,749.25 and a loan to keep the project with the Development Bank will be the corresponding to 48.19 % \$ 10,000 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 \$ 31,898.39, indicating that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 44 % and this satisfactory value to implement the project, the time required to recover the initial investment would be two years, five months and 15 days to this project, the sensitivity values are lower you therefore do not affect changes in project costs and revenues increased 34.50% and decreased by 23.80%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes. Then the most significant findings and recommendations of the project arises

c) INTRODUCCIÓN

La provincia de Morona Santiago, se encuentra ubicada en la región oriental ecuatoriana, su capital es Macas, y está formada por doce cantones entre ellos Palora que se encuentra en la parte Noroccidente de la provincia anteriormente mencionada, su clima es Húmedo Tropical, se caracteriza por poseer una gran biodiversidad de flora y fauna, por ser un lugar muy acogedor, permanentemente existe la presencia de turistas nacionales e internacionales, los mismos que realizan pernoctaciones en diferente lugares, convirtiéndoles en sitios de preparación de alimentos al aire libre, dando como resultado la contaminación del medio ambiente.

De ahí la inclinación directa sobre el proyecto de factibilidad para **“LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”** y evitar en parte la contaminación del aire, como también la destrucción de la naturaleza, con estos antecedentes el objetivo fundamental está en que la preparación de alimentos de diferentes tipos de carnes u otros se lo realice en base a la utilización de los asadores ecológicos

En el literal a se plantea el Tema de la investigación como es la producción y comercialización de Asadores Ecológicos en el cantón Palora Provincia de Morona Santiago.

En el literal b se realiza un resumen de toda la tesis, con sus datos específicos, además se realiza el resumen traducido al inglés.

En el literal c se realiza la introducción de acuerdo a la estructura de la realización de la tesis.

En el literal d se propone un marco referencial, en el que se determina los asadores ecológicos, y sus características; además, se determina el marco conceptual de todos los conceptos relacionados con los proyectos de inversión.

En el literal e se realiza la aplicación de los Materiales y Métodos, que se aplicaron en la presente tesis, de ella se desprenden los Métodos y Técnicas que la investigación científica permite aplicar.

En el literal f se determina el comportamiento del mercado tanto para los demandantes como los oferentes de asadores ecológicos.

En el literal g se realiza los cinco estudios como son, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio financiero y la evaluación económica.

En los literales h se plantean las conclusiones del trabajo, y en el literal i en cambio se plantean las recomendaciones en base a las conclusiones planteadas.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

ASADEROS

“La **parrilla** o **asador** es un utensilio de hierro con forma de rejilla que se sitúa encima del fuego y encima de él lo que se ha de asar o tostar. Se la ubica a una distancia prudencial del fuego o las brasas. Los alimentos reciben calor en forma lenta, y una vez que las carnes están a punto, se acerca un poco más la parrilla al calor y así se consigue que la parte externa de las carnes se tornen de un color más dorado, dándole una mejor presentación, además de quedar crujiente y eliminar posibles grasas residuales de la carne. La carne preparada sobre parrillas es especialmente típica en las gastronomías Argentina, chilena, española, uruguaya, peruana, ecuatoriana y paraguaya y venezolana, pero especialmente en la argentina.

En el Río de la Plata, dada la extendida costumbre de comer carne asada con gran frecuencia, es común que en el patio trasero de las viviendas haya un **parrillero**, es decir, una especie de barbacoa construida en ladrillo, con chimenea, en la cual se hace fuego de leña y se cocina el asado a fuego lento.”¹

¹ Parrilladas.com. Consultado el 18 de mayo de 2010.

HISTORIA

“Se dice que la parrilla fue desarrollada cuando al colocar una cerca que rodeaba un fastuoso "château", erró en el cálculo. El barón dueño de la propiedad se habría negado a pagar al fabricante el hierro sobrante y, en venganza, el herrero habría utilizado la reja sobrante como soporte para cocer carne frente al castillo. El aroma habría enloquecido al barón a tal punto de acceder a desembolsar los 2 ducados que adeudaba, por lo que obtuvo la reja-parrilla en pugna.¹

Hacia fines del siglo XIX, en los alrededores del Río de la Plata se utilizaban rejillas de hierro forjado para tensar los cueros mientras se secaban. Se atribuye a los gauchos de esa época el uso de esta herramienta para asar las carnes que sobraban de los animales faenados.

Después de una ley de amnistía dictada en 1832 en Uruguay, miles de presos comunes y prisioneros políticos vieron nuevamente la luz. En la cárcel de Colonia del Sacramento el festejo desembocó en escándalo cuando se comenzó a destruir la cárcel. En pocas horas, una banda de cuatros amnistiados se agenció algunos vacunos de vecinos de la zona. Un convicto arrancó la puerta de su propia celda e improvisó la primera

parrilla moderna, cuyos resultados compartieron liberados, policías y transeúntes.”²

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- “Saber cuántos van adquirir el bien o servicio que se piensa vender, en un espacio definido y en qué tiempo y precio están dispuestos a obtenerlo³.
- Indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.
- Conocer qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.
- Poner el precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.
- Exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

² Parrilladas.com. Consultado el 18 de mayo de 2010.

³VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas.**, Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991

CONSUMIDOR

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, entre otros, de manera tal de obtener un perfil sobre el cual puede basarse la estrategia comercial. ⁴

DEMANDA

Representa la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a pagar y adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transformación a un precio determinado y en un lugar establecido⁵. Analizar la demanda es determina y mide las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación con un bien o servicio, y saber si el proyecto puede participar en la satisfacción de dicha demanda.

DEMANDA REAL

“Son las necesidades reales de los clientes, también se refiere al periodo de tiempo, se conoce mediante investigaciones, siendo la demanda real diferente a la efectiva en un periodo de tiempo más largo ya que puede sujetarse a decisiones tomadas por los clientes.”⁶

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

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

⁶GUERRERO, Parra Francisca, 2005. GESTION DE STOCKS. Esic. 3ra Edición. Madrid.

DEMANDA EFECTIVA

Constituida por el segmento de demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

DEMANDA INSATISFECHA

No ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

DEMANDA PROYECTADA

Abarca la vida operacional del proyecto, el periodo de funcionamiento, para tener mayor certeza en los resultados. La proyección para productos que ya existen en el mercado se efectúa tomando el mismo periodo histórico de la oferta.

OFERTA

Cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores), están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio

venden, en base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros)⁷.

PRODUCTO O SERVICIO

Conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas: servicio, formato, precio, calidad y marca. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. Es importante identificar cual será el producto o servicio que se va a ofrecer. Se debe considerar:

- * **Identificación de producto/servicio:** Descripción exacta de características del bien/ servicio, indicando nombres de los mismos y los fines a los que se destina.
- * **Especificaciones técnicas:** Son las Normas de Calidad, regulan características y calidad del producto, dan toda la información requerida para su presentación.
- * **Durabilidad:** Se hace referencia a la vida útil del producto, es decir periodo de vida. (Indicar si es perecedero, no perecedero).
- * **Sustitutivos o similares:** Existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades que se consideran en el proyecto.
- * **Los Complementarios:** Son aquellos que se deben considerar en el proyecto, para satisfacer los requerimientos del cliente.

⁷SELDON, Arthur, Diccionario de Economía, Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

* **Precio:** Especificar precios de productos a ofertar⁸.

MERCADO

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

PRECIO

Cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto/servicio. El precio variará de acuerdo al juego de oferta y demanda, o si éste es regulado por el organismo que lo controla. En cualquier tipo de producto o servicio hay diferentes calidades y precios, sin embargo también está influido por la cantidad o el tiempo de servicio que se compre.

COMERCIALIZACIÓN

Este proceso hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, utilizando los canales de distribución los cuales están concebidos como "el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor".⁹

⁸ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**, Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

⁹ VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas**, Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991

ESTUDIO TÉCNICO

Determina los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.

TAMAÑO

Se considera aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto¹⁰.

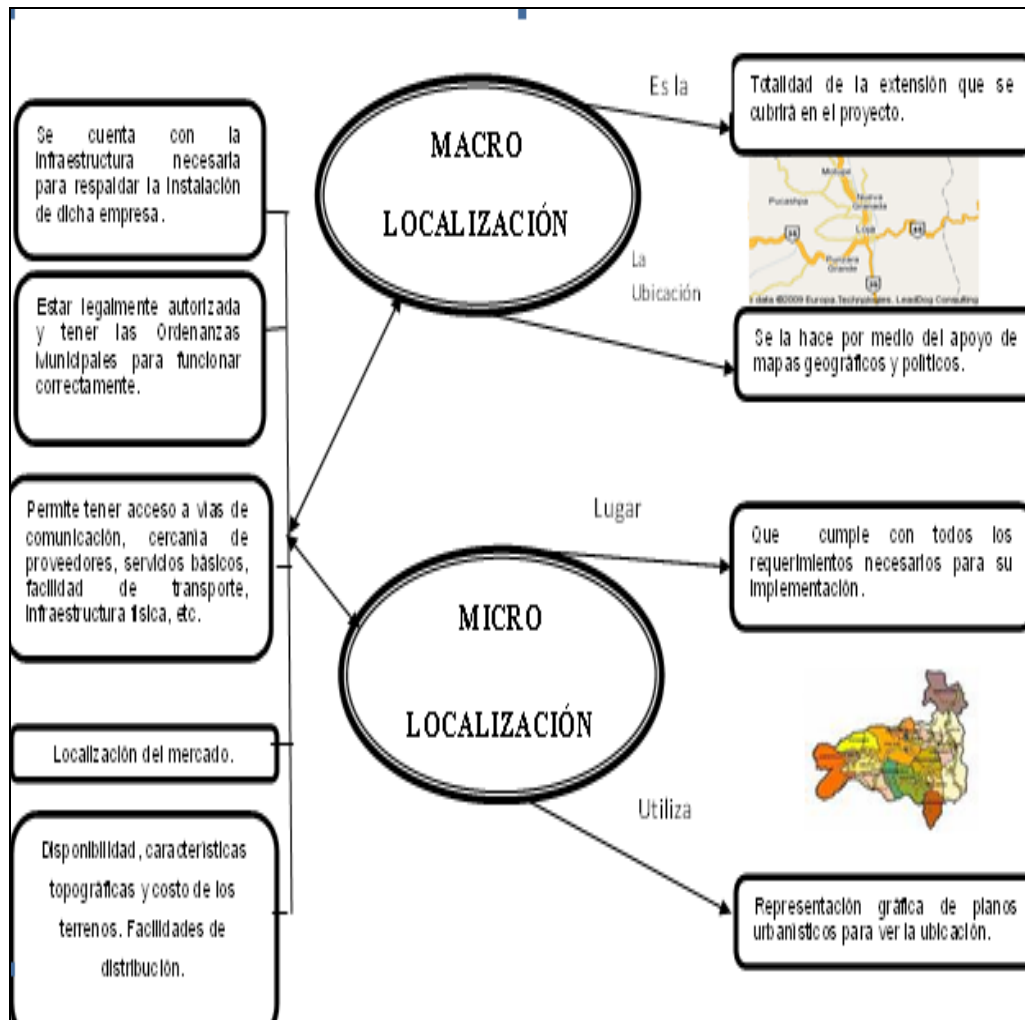
LOCALIZACIÓN

Ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, analizando factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado¹¹.

¹⁰SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

¹¹REYES PONCE, Agustín., Administración de Empresas., Edit. Limusa., México., 1982.

GRÁFICO N° 1
MICROLOCALIZACIÓN Y MACROLOCALIZACIÓN



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

ELABORACIÓN: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción

de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa¹².

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

Posteriormente debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

FLUJOGRAMA DE PROCESO

Los flujo gramas son útiles y permiten representar en forma gráfica y lógica una secuencia de actividades sé que emplean en un proceso, donde se muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que

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

entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor)¹³.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- **VISIÓN.-** Es la ubicación de la empresa en escenarios futuros. Es la imagen clara del estado deseado, que logra motivar a los miembros de la organización a convertirlo en realidad.
- **MISIÓN.-** Es definición de la empresa en el momento presente. Es la razón de ser como organización. Contiene la identificación de sus competencias (producto, mercado y alcance geográfico).
- **POLITICAS.-** Conjunto de líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.
- **OBJETIVOS.-** Son las guías que le dan direccionalidad a la empresa, describen el futuro deseado, de allí que deben guardar relación estrecha con la misión y la visión de la organización.
- **ESTRATÉGIAS.-** Son propiamente un conjunto amplio de orientaciones y programas con un horizonte de mediano plazo, representa como ya se

¹³VELASQUEZ, Ramiro., Administración de Empresas., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.

indicó, la razón de ser de la empresa (misión), los objetivos (visión) y sus planes de acción¹⁴.

BASE LEGAL

1. **Acta constitutiva.-** Documento certificador de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.¹⁵
2. **La razón social o denominación.-** Nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
3. **Domicilio.-** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
4. **Objeto de la sociedad.-** Empresa define el objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenda la actividad.

¹⁴Prácticas de oficina, Soledad López –M. Eugenio Ruiz; Ed. McGrawHill. / **DERECHO EMPRESARIAL**, Ed. Edebé.

¹⁵ Prácticas de oficina, Soledad López –M. Eugenio Ruiz; Ed. McGrawHill. / **DERECHO EMPRESARIAL**, Ed. Edebé.

5. **Capital social.-** Debe indicarse cual es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
6. **Tiempo de duración de la sociedad.-** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
7. **Administradores.-** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma¹⁶.

ORGANIGRAMAS

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

¹⁶VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada.**, 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985

CUADRO Nº 1

NIVELES JERÁRQUICOS	NIVELLEGISLATIVO- DIRECTIVO	Máximo nivel de dirección	<ul style="list-style-type: none"> • Dictan las políticas y reglamentos • Por los dueños de la empresa • Integrado por los socios legalmente constituidos
	NIVEL EJECUTIVO	Conformado por el Gerente-Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Nombrado por nivel Legislativo-Directivo • responsable de la gestión operativa de la empresa • El éxito o fracaso empresarial dependerá de la capacidad de gestión.
	NIVEL ASESOR	Constituido por el órgano colegiado	<ul style="list-style-type: none"> • Orientan las decisiones que merecen un tratamiento especial. • Este puede ser un asesor jurídico. • Se requiere cuando haya un conflicto con otra entidad o con un cliente
	NIVEL DE APOYO	Conforman todos los puestos de trabajo	Tienen relación directa con actividades administrativas de la empresa.
	NIVEL OPERATIVO	Conformado por todas los puestos de trabajo	Tienen relación directa con la planta de producción en las labores de producción o el proceso productivo.

MANUAL DE FUNCIONES

Texto descriptivo a nivel de puestos de trabajo y unidades administrativas, detalla funciones, atribuciones y responsabilidades, así como también las relaciones personales y profesionales.¹⁷ Hay Manuales: Manual de bienvenida y el Manual de funciones. Un manual de funciones debe contener

¹⁷ Modulo 3 ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL 2005-2006, PAG 50

la información clara de: Relación de dependencia (Ubicación interna), Dependencia Jerárquica (Relaciones de autoridad), Naturaleza del trabajo, Tareas principales, secundarias, responsabilidades y Requerimiento para el puesto.

El contenido de estos está directamente relacionado con el tamaño de la empresa, el asunto a tratar, los citados manuales no deben reflejar solo las leyes, reglas, decretos sino que también deben poner de manifiesto la misión y visión que la empresa se ha planteado.¹⁸

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.

¹⁸ U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Pág. 57,58,59,60

INVERSIONES

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. La inversión en determinado proyecto supone, la existencia de inversionistas (que pueden ser personas naturales o jurídicas) que están dispuestos a destinar sus recursos disponibles en este momento (sacrificando la satisfacción de sus necesidades o intereses actuales) con la expectativa incierta de obtener un rendimiento futuro. Es decir que la inversión lleva implícito un riesgo. La relación entre las inversiones y el financiamiento se puede ilustrar mediante lo que se ha dado en llamar "el flujo de valores" el cual consiste en la realización de las siguientes etapas o fases¹⁹:

1. Obtención de los fondos necesarios para ejecutar el proyecto. Las fuentes son, generalmente, capital propio y créditos.
2. Con los recursos obtenidos, se adquieren los bienes y servicios necesarios para poner en marcha el proyecto, es decir terrenos, edificios, maquinarias, vehículos, materias primas, mano de obra y otros.
3. Una vez obtenidos todos los elementos para la producción, se los "combina" adecuadamente y se prepara el proceso de fabricación, que tiene ciertas características y demora un tiempo determinado en su realización.

¹⁹ VASQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985

4. Concluido el proceso de producción se obtienen los bienes y artículos terminados.
5. Los artículos terminados se venden y así la empresa obtiene dinero en dos formas: al contado o mediante promesas de pago (créditos).
6. Los recursos necesarios para el proyecto, se pueden agrupar en dos categorías: Los que requiere la instalación del proyecto, y los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha.

La inversión total está constituida por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para ejecutar el proyecto y mantenerlo en operación. Los recursos necesarios para la instalación, constituyen el capital fijo o inmovilizado del proyecto y los que requiere el funcionamiento, constituyen el capital de trabajo o circulante²⁰.

FINANCIAMIENTO

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo. Se debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto. De acuerdo con su origen, existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto.

²⁰BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994

PRIMERA FORMA

A) FUENTES INTERNAS DE FINANCIAMIENTO.- Fondos originados en la operación misma de la empresa; como²¹:

UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS (SUPERÁVIT).- Estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego ser distribuidos a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social, como en:

- Reservas de Depreciación de Activos Fijos Tangibles,
- Reservas de Amortización de Activos Intangibles.
- Reservas Legales y Voluntarias.”²²

B) FUENTES EXTERNAS DE FINANCIAMIENTO.- Vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones; provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

Mercado de Capitales.- La empresa obtiene fondos a través de la colocación de obligaciones y acciones (Títulos de participación del capital social y da derecho al tenedor a participar en la administración y rendimientos del negocio.

²¹BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos.**, 2da. Edic., 1994

²² Prácticas de oficina, Soledad López -M. Eugenio Ruiz; Ed. McGrawHill. / **DERECHO EMPRESARIAL**, Ed. Edebé.

Sistema Bancario.- Se pueden obtener créditos a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y, a largo plazo, sobre los cinco años.

Proveedores.- Los proveedores de maquinaria y equipo, así como también los que abastecen de materias primas y otros materiales, financian, también, a las empresas que adquieren sus productos. Este financiamiento es, generalmente, a corto o mediano plazo aunque en algunas ocasiones otorgan, también, créditos a largo plazo.

SEGUNDA FORMA

A) RECURSOS PROPIOS.- Proviene de emisión y venta de acciones, aportes en efectivo o en especie de los socios y de utilidades y reservas de la empresa.

B) CRÉDITOS.- Se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa²³.

ACTIVOS

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa.

²³BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994

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 urbanístico²⁴.

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

ACTIVO CORRENTE O CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el que permite que el proyecto cumpla su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización en un periodo de tiempo aproximado a un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los

²⁴Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola

costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso.

DEPRECIACIONES

Desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos en la empresa, las depreciaciones se calcula de acuerdo a los años de vida útil que se estime tenga la empresa.

GASTOS

Es el costo que ha producido un beneficio y que ha expirado, se confrontan con los ingresos para determinar la utilidad o la pérdida netas de un periodo²⁵.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Rubros correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo, arriendo de local, amortización de los activos diferidos y otros imprevistos.

²⁵Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

GASTOS DE VENTAS

Gastos que intervienen en la comercialización del producto o servicio entre ellos tenemos: gastos de movilidad, viáticos y promoción, entre otros.

PRESUPUESTO

“Significa “antes de lo hecho”, es una herramienta de administración y parte de la economía industrial se define como: Un conjunto de pronósticos referentes a un periodo precisado. Los objetivos del presupuesto son de previsión, planeación, organización, coordinación o integración, dirección, y control, es decir están en todas la etapas del proceso de administrativo.”²⁶

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Está formado por los siguientes presupuestos: de Ventas y de Otros Ingresos.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Está integrado por presupuesto de: Inventarios, costos de producción y Compras, Costo de distribución y administración (gastos de ventas y gastos

²⁶ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994

de administración), impuesto sobre la renta, aplicación de utilidades, otros egresos y presupuesto de inversión a más de un año²⁷.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el 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 se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto.

²⁷Documento: César Reyes Villegas

COSTOS

El costo se define como el “valor” sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en dólares mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. En el momento de la adquisición, el costo en que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios, los costos se convierten en gastos²⁸.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Permite determinar qué porcentaje de la capacidad instalada se necesita para producir cierta cantidad, donde la empresa no tenga pérdida ni ganancia. Los ingresos están calculados como el producto del volumen vendido por su precio, $\text{ingresos} = P \times Q$. se designa por costos fijos a CF, y los costos variables se designan por CV. En el punto de equilibrio, los ingresos se igualan a los costos totales:

$P \times Q = CF + CV$; pero como los costos variables siempre son un porcentaje constante de las ventas entonces el punto de equilibrio se define matemáticamente como:

²⁸Documento: César Reyes Villegas

FIJOS: 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.

VARIABLES: Varían en forma directa con cambios en el volumen de producción.”²⁹

MÉTODOS Y REPRESENTACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

- En función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{VentasTotales} - \text{CostoVariableTotal}} \times 100$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{CostoVariableTotal}} \frac{1}{1 - \text{VentasTotales}}$$

- PE en función de las unidades producidas

$$CV_U = \frac{CV}{UVI}$$

²⁹ Prácticas de oficina, Soledad López -M. Eugenio Ruiz; Ed. McGrawHill. / **DERECHO EMPRESARIAL**, Ed. Edebé.

ESTADOS FINANCIEROS

“Representación estructurada de la posición financiera, de la empresa, resultado de operaciones y flujos de efectivo, que sirve de gran utilidad para un amplio rango de usuarios en la toma de sus decisiones económicas, así como presentan los resultados de la administración de los recursos confiados a la gerencia. Para cumplir con este objetivo, los estados financieros proveen información relacionada sobre: Activos, Pasivos, Ingresos, Gastos y Flujos de Efectivo; y muestran la posición financiera - resultados de la operación de todo negocio al final de un periodo contable.”³⁰

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Reporte de todos los ingresos y gastos que pertenecen a un periodo específico. La utilidad líquida es el famoso último renglón en un estado de resultado. Y es el sobrante después de deducir todos los gastos, proporciona la información del movimiento en los eventos que ocurren a lo largo de un lapso. Mide el producto neto de las operaciones de las Empresas referente a los ingresos y gastos, durante un periodo específico, por ejemplo un mes, un trimestre, un año. Los componentes del Estado de Pérdidas y Ganancias son:

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

- **Ingresos.-** Resultado de las ventas de mercancías y de servicios prestados, y son medidos por el cargo hecho a los clientes o tenedores de las mercancías y usuarios de los servicios que se les han suministrado.

- **Egresos.-** Todos los flujos de salidas reales de fondos; tenemos:
 - Gastos: Son los desembolsos de efectivo que producen su objetivo en el mismo periodo, dentro de estos gastos tenemos: Administrativos (actividades específicas, como fabricación o venta), Gastos de Venta (sueldos, seguro social, gratificaciones, comisiones de ventas y cobranzas, publicidad, empaques, transportes y almacenamiento).
 - Gastos Financieros.- La totalidad de los intereses cargados a pérdidas y ganancias constituyan un egreso de caja, porque solo se imputan cuando ya se han causado y pagado.³¹

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como previa información importante acerca de los ingresos y pagos de efectivo de una empresa durante un periodo determinado de acuerdo, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, y puede prepararse en base al método:

³¹ U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera, Pág.59,60

- **Directo:** Informa las principales clases de ingresos y egresos de caja, montos brutos y también su respectiva suma aritmética hasta llegar al flujo neto de efectivo de las actividades operativas³².
- **Indirecto:** La utilidad o pérdida neta es ajustada por los efectos de transacciones que no son de naturaleza de efectivo.³³

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que 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.

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Consiste en determinar cuáles elementos son beneficios y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos

³²Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

³³ U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera, Pág.66

Monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación, mantenimiento, etc. También permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos por lo que se considera el valor de actualización. 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.

Fórmula:

$$R(B/c) = \frac{\text{Ingreso...Actualizado}}{\text{Costo...Actualizado}}$$

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, 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.”³⁴

DONDE:

VAN = FNC (1+i)

VAN Valor actual neto

FNC = Flujo neto de caja

I = Tasa de Interés

n = número de periodos

FA = Factor de Actualización

Fórmula para obtener el VAN

$$VAN = \sum \frac{FNC - 1}{(1 + i)^{-1}}$$

Fórmula para obtener el Factor de Actualización:

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

ANÁLISIS:

Si el VAN es mayor a uno se acepta el proyecto

Si el VAN es igual a uno se acepta el proyecto

Si el VAN es menor a uno se rechaza el proyecto

³⁴ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994

LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Método de evaluación que 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. 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 inversión³⁵.

Fórmula

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

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

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

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. La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente³⁶:

$$PRt = \frac{\text{Flujo..Neto..Acumulado} - \text{inversion}}{\text{Flujo..neto..ultimo..periodo}}$$

³⁵ Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

³⁶ U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera

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, 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 futuro³⁷.

FÓRMULAS:

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

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

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

Para construir el análisis de sensibilidad se requiere tomar en cuenta lo siguiente:

- Conocer la tasa interna de retorno del proyecto.
- Establecer los nuevos flujos netos de caja.
- Determinar las nuevas tasas internas de retorno.
- Para luego establecer la sensibilidad del proyecto.³⁸

³⁷Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

³⁸BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

MÉTODO INDUCTIVO.- Con este método se logró tener información y conclusiones generales de cómo implementar una empresa productora de asadores ecológicos. Para esto primeramente se observó todos los hechos y el desenvolvimiento que tienen la mayoría de personas que compran asados; luego se analizaron los hechos dependiendo del grado de importancia que estos tienen, para generalizar y poder contrastar cada uno de estos hechos.

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

MÉTODO ANALÍTICO.- Con este método se pudo analizar, estudiar, descomponer y dividir cada uno de los aspectos y estudios que componen el presente proyecto, llegando a las conclusiones y recomendaciones respectivas.

MÉTODO ESTADÍSTICO.- Este método se lo utilizó para realizar las correspondientes tabulaciones e interpretación y utilización de tablas y gráficos estadísticos de los datos obtenidos luego de realizar la aplicación de las encuestas; con esta información se pudo realizar la Interpretación de los datos.

TÉCNICAS

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

ENCUESTA.- Su objeto fundamental es obtener información que sirva para el desarrollo de los objetivos planteados en el proyecto. La encuesta se constituyó en una herramienta fundamental para efectuar el estudio de mercado, se obtuvieron datos sobre la oferta y demanda lo que ayudó a determinar la demanda efectiva. Esta técnica se la aplicó al cantón Palora.

El área de influencia comprende los habitantes del cantón Palora que se la proyecta para el año 2013 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el cantón Palora con una

población de 6.936 habitantes, estos datos del año 2010 con lo cual se la proyectará para el año 2013.

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 0,3% :

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

En donde: pf = Población para 2013

po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

$$Pf_{2013} = 6.936(1+0.003)^3$$

$$Pf_{2013} = 6.936 (1.003)^3$$

$$Pf_{2013} = 6.999 \text{ habitantes}$$

A esta población se la divide para 4 integrantes por familia, lo que determina 1.750 familias.

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

FORMULA:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

$$n = \frac{1.750}{1 + 1.750(0.05)^2}$$

e = margen de error

n = 326 encuestas**CUADRO Nº 1****DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

PARROQUIAS	POBLACIÓN	FAMILIAS	PORCENTAJE DE PARTICIÓN (%)	ENCUESTAS
16 de Agosto	1.125	281	16,07	52
Arapicos	1.325	331	18,93	62
Cumandá	1.248	312	17,83	58
Sangay	964	241	13,77	45
Palora	2.337	584	33,39	109
Total	6.999	1750	100%	326

Fuente: INEC. Censo 2010 (TC 0,03%)**Elaborado por:** La Autora

f) RESULTADOS

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

1. ¿Cuántos miembros de familia componen su hogar?

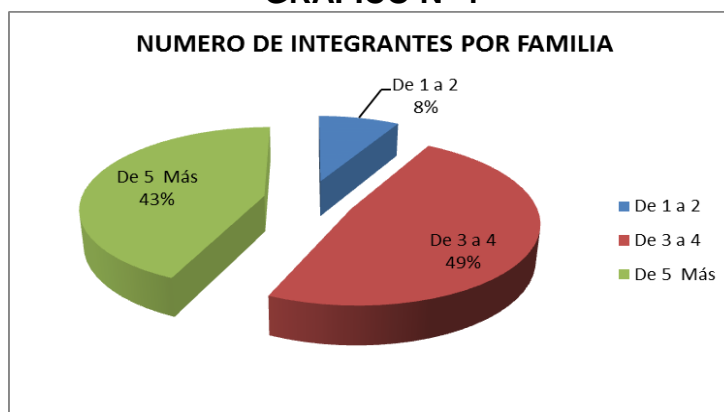
CUADRO N° 2
NUMERO DE INTEGRANTES POR FAMILIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2	27	8
De 3 a 4	158	48
De 5 Más	141	43
TOTAL:	326	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 1



INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con la investigación de mercado realizada en la ciudad de Palora; se puede determinar que un 49% existen familias conformadas por 3 a 4 personas, mientras que el 43% de 5 personas en adelante y en un 8% de 1 a 2 miembros de familia.

2. Señale el ingreso económico mensual de su familia.

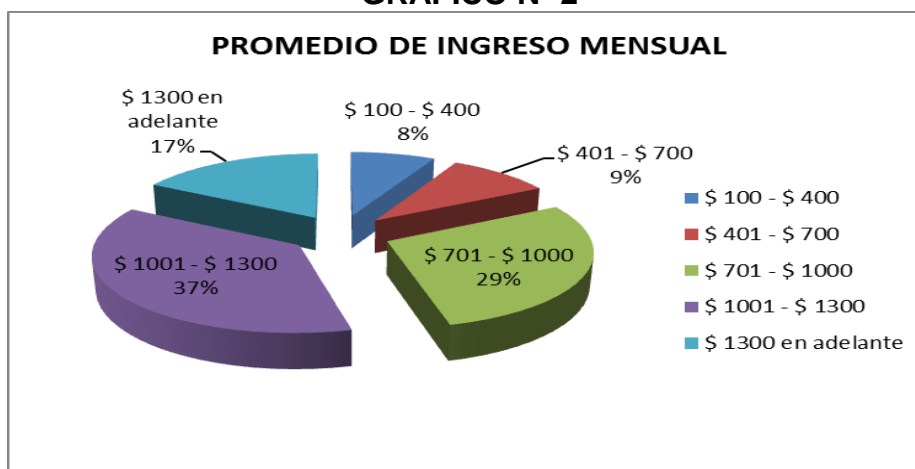
CUADRO N° 3
PROMEDIO DE INGRESO MENSUAL

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 100 - \$ 400	25	8
\$ 401 - \$ 700	31	10
\$ 701 - \$ 1000	94	29
\$ 1001 - \$ 1300	121	37
\$ 1300 en adelante	55	17
TOTAL:	326	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 2



INTERPRETACIÓN:

En cuanto al salario de los encuestados tenemos que el 37% tiene un ingreso económico mensual de \$ 1001 - \$ 1300, el 29% señaló que su ingreso es de \$ 701 - \$ 1000, seguidamente con un 17% de \$ 1300 en adelante, con un 9% entre \$ 401 - \$ 700 y con un 8% manifiesta que su ingreso mensual por familia llega a ser de \$ 100 - \$ 400.

3. ¿Consume usted o su familia asados?

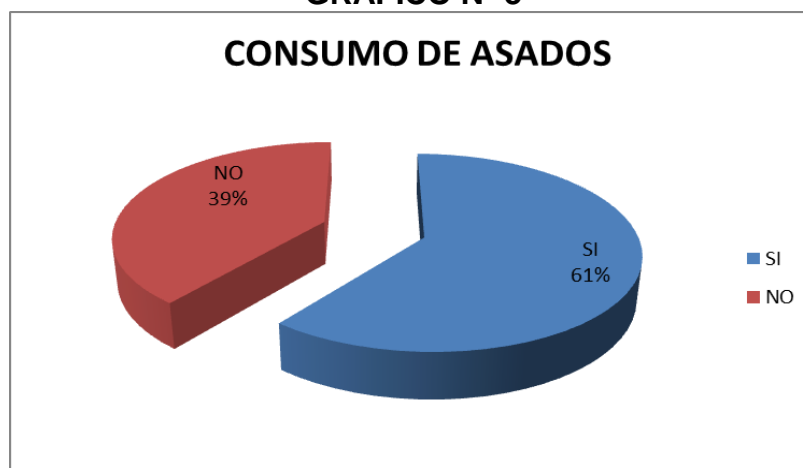
**CUADRO N° 4
CONSUMO DE ASADOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	198	61
NO	128	39
TOTAL:	326	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 3



INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos en cuanto a conocer si consumen asados, de las 326 encuestas aplicadas, tenemos que el 61% dicen que si consumen asados, mientras que un 39% mencionan que no consumen asados, sea esto por salud o por gustos y preferencias.

4. ¿Utiliza usted o su familia un asador casero?

**CUADRO Nº 5
UTILIZACIÓN ASADOR CASERO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	190	96
NO	8	4
TOTAL:	198	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO Nº 4



INTERPRETACIÓN:

El 96% de las personas que consumen asados, manifiestan que utilizan un asador casero para asar sus carnes; mientras, que el 4% manifiestan que no utilizan un asadero ya que no poseen y lo que hacen es comprar o acudir a un lugar donde venden este tipo de comida.

5. ¿Con qué frecuencia compra un asador para su hogar?

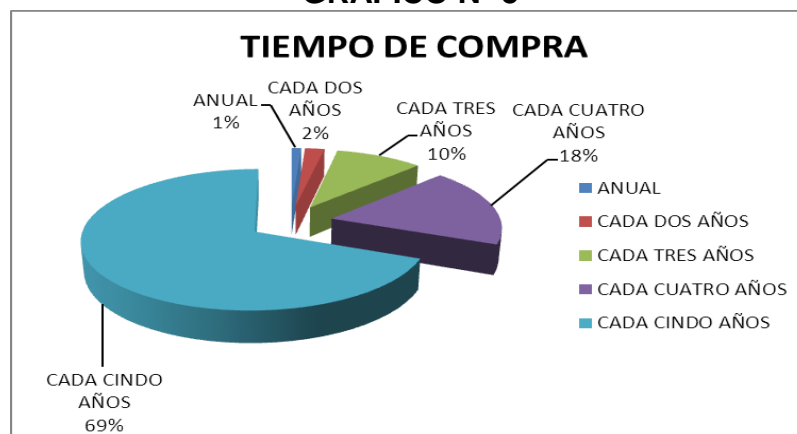
CUADRO Nº 6
TIEMPO DE COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ANUAL	2	1
CADA DOS AÑOS	4	2
CADA TRES AÑOS	18	9
CADA CUATRO AÑOS	35	18
CADA CINCO AÑOS	131	69
TOTAL:	190	100

FUENTE: ENCUESTAS

ELABORACION: LA AUTORA

GRÁFICO Nº 5



INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta el resultado de la Pregunta Nº 4 el 69% de los encuestados manifiestan que han comprado un asador cada cinco años, el 18% cada cuatro años, el 10% compran cada tres años, el 2% cada dos años; y, el 1% anualmente.

6. ¿Cuál es el precio que pagó por el asador?

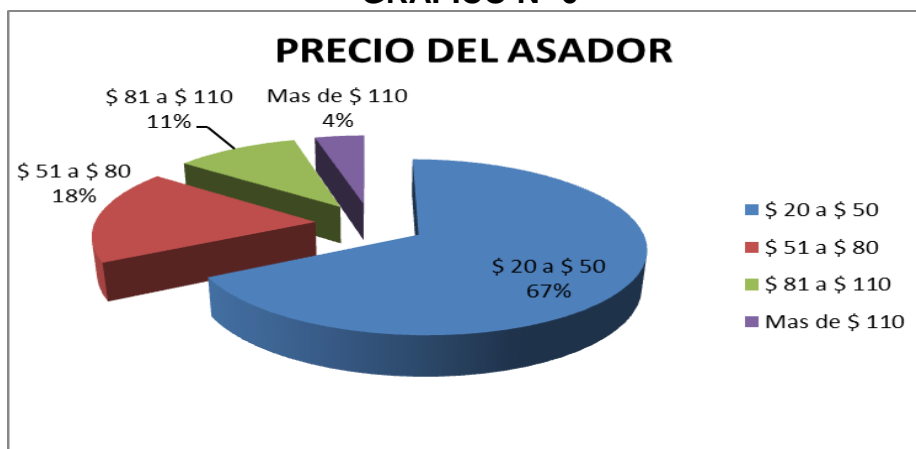
CUADRO N° 7
PRECIO DEL ASADOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20 a \$ 50	128	67
\$ 51 a \$ 80	34	18
\$ 81 a \$ 110	20	11
Más de \$ 110	8	4
TOTAL:	190	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 6



INTERPRETACIÓN:

El 67% manifiestan que pagan por un asador el valor entre \$ 20 a \$ 50 dólares, el 18% entre \$ 51 a \$ 80 dólares, el 11% entre \$ 81 a \$ 110 dólares; y, el 4% pagan más de \$ 110 dólares.

7. ¿En dónde adquirió el asador?

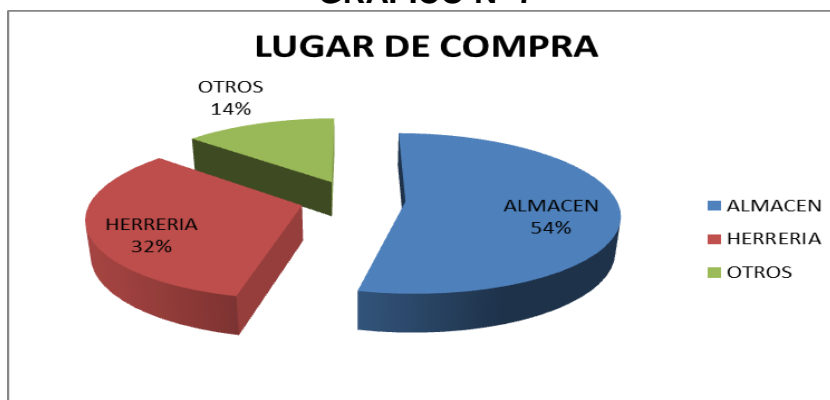
**CUADRO N° 8
LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	RECUENCIA	PORCENTAJE
ALMACEN	102	54
HERRERIA	62	33
OTROS	26	14
TOTAL:	190	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 7



INTERPRETACIÓN:

Los resultados nos demuestran que en un 54% adquieren un asador en los almacenes como venta de electrodomésticos, el 32% en una herrería o mecánica industrial; y, el 14% en otros sitios como en una feria libre, vendedores ambulantes, etc.

8. ¿Si se crearía una empresa productora de asadores ecológicos en la ciudad de Palora, respaldaría usted la empresa con la adquisición del mismo?

CUADRO N° 9
NUEVA EMPRESA

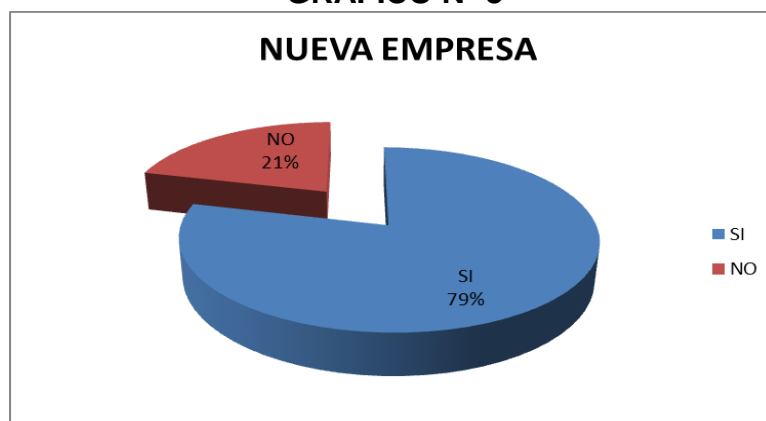
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	79
NO	40	21
TOTAL:	190	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 8

NUEVA EMPRESA



INTERPRETACIÓN:

Con un 79% los encuestados han señalado que si se crea una empresa productora de asadores ecológicos en la ciudad de Palora, ellos estarían dispuestos a respaldar la misma con su adquisición y un 21% menciona que no ya que no les atrae la idea de comprar otro asador para su casa.

9. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que le informaran de la empresa productora y comercializadora de asadores ecológicos?

CUADRO N° 10
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	RECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	21	14
RADIO	41	27
PRENSA ESCRITA	84	56
OTROS	4	3
TOTAL:	150	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 9



INTERPRETACIÓN:

De las personas encuestadas el 56%, manifiestan que el medio por el cual les gustaría conocer la nueva empresa sea a través de la prensa escrita; el 27% a través de la radio; el 14% por medio de la televisión y para concluir el 3% por otros medios como hojas volantes, revistas, etc.

10.- ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría recibir cuando compre en la empresa?

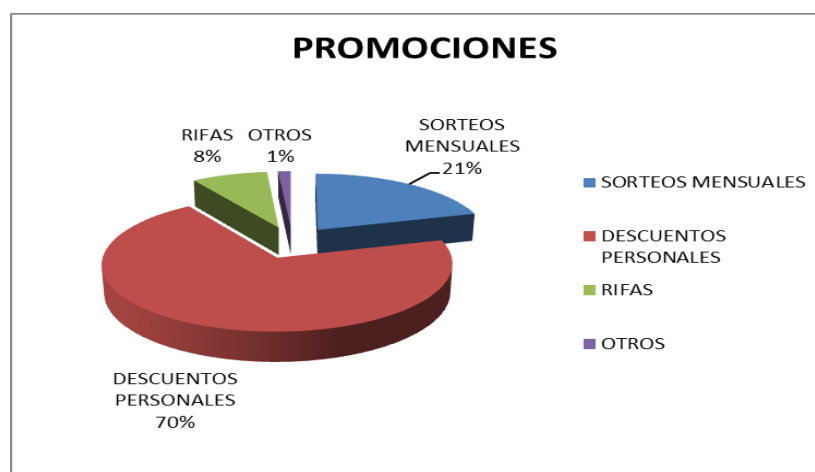
**CUADRO N° 11
PROMOCIONES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SORTEOS MENSUALES	31	21
DESCUENTOS PERSONALES	105	70
RIFAS	12	8
OTROS	2	1
TOTAL:	150	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICO N° 10



INTERPRETACIÓN:

De las personas encuestadas el 70%, manifiestan que les gustaría recibir descuentos personales; el 21% sorteos mensuales; el 8% rifas; y, el 1% otros como regalos, premios, etc.

ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIALIZADORES

1. ¿Vende en su negocio asadores caseros?

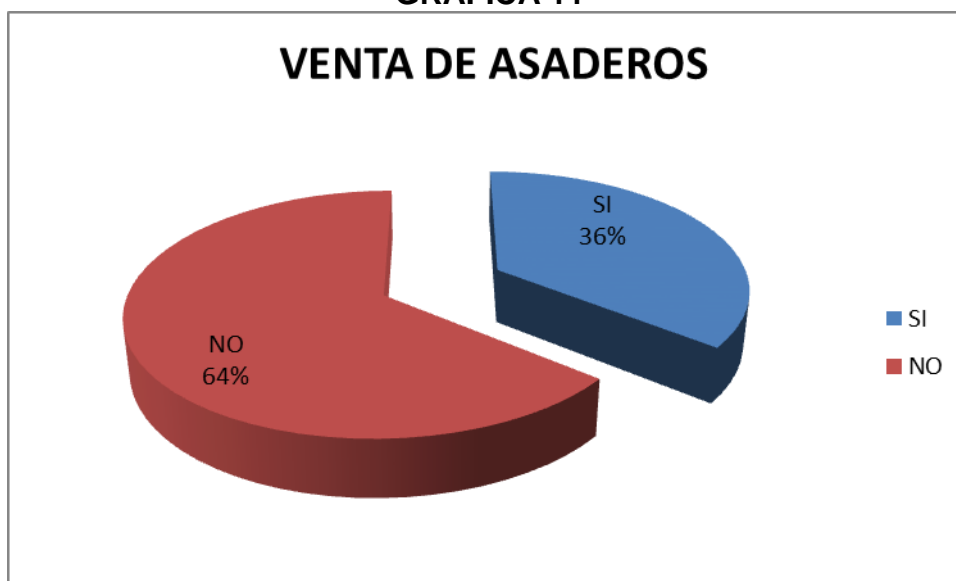
CUADRO N° 12
VENTA DE ASADOORES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	36
NO	9	64
TOTAL:	14	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICA 11



INTERPRETACIÓN

Como se puede demostrar en el cuadro 12 el 64% del total de propietarios encuestados no venden en sus negocios asadores, en tanto que un 36% si lo venden ya que hay variedad en sus negocios.

2. ¿Cuál es el precio de venta al público por cada asador?

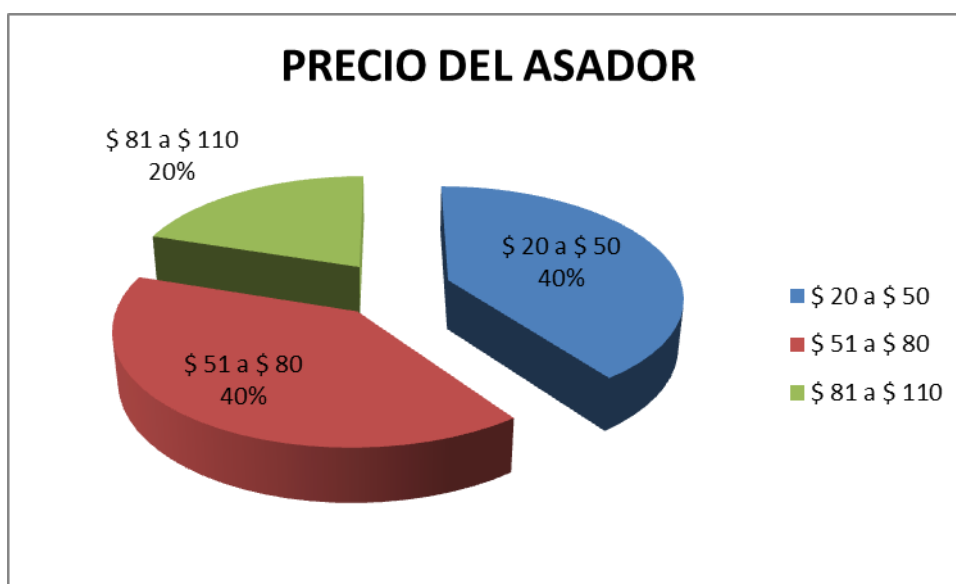
CUADRO Nº 13
PRECIO DEL ASADOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20 a \$ 50	2	40
\$ 51 a \$ 80	2	40
\$ 81 a \$ 110	1	20
TOTAL:	5	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICA 12



INTERPRETACIÓN

Respecto al precio de venta al público por cada asador, se obtuvo que estos van desde valores equivalentes de \$51 a \$80 en un 40%, con el mismo porcentaje de \$20 a \$50; y, entre \$ 81 a \$ 110 dólares un 7%, claro está que los precios varían de acuerdo al tamaño y los acabados del asador.

3. ¿Indique la cantidad de asadores que usted vende mensualmente?

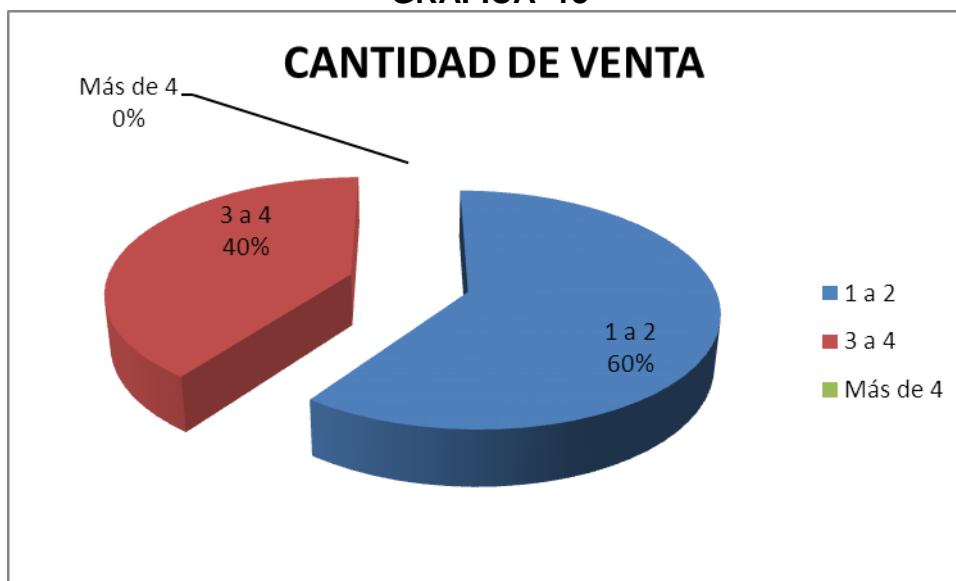
CUADRO N° 14
CANTIDAD DE VENTA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	4	80
3 a 4	1	20
Más de 4	0	0
TOTAL:	5	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: La autora

GRÁFICA 13



INTERPRETACIÓN

Concerniente con la cantidad de unidades de asaderos que venden mensualmente, el 80% venden entre 1 a 2, y el 20% venden de 3 a 4 mensualmente.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Permite conocer cuál es la situación de la demanda del producto, es decir, el conocer los clientes y futuro del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la producción de asadores ecológicos.

La demanda del producto a fabricarse está sujeta a los materiales y diseños 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 las familias de la ciudad de Palora (1.750), constituidas por cuatro miembros respectivamente 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:

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

En donde:

Pd= Proyección de la Demanda

Dt= Demanda Total

r= índice de crecimiento

t= Tiempo en Años

CUADRO N° 15
POBLACIÓN DE FAMILIAS DE LA CIUDAD DE PALORA

Año	Población de Familias
2013	1.750

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: La Autora

Calculo de la Proyección

$$P_{2014} = (1.750) (1+0.003)$$

$$= 1.755$$

Para el cálculo de la Demanda Potencial, se determina a las personas que consumen asados en forma general, como se determinó en el cuadro 4 donde se preguntó si consumen asados contestando el 61% que si, para ello se determina lo siguiente:

CUADRO N° 16
PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL

Año	Población por familias	Demanda Potencial 61%
0	1.750	1068
1	1.755	1071
2	1.761	1074
3	1.766	1077
4	1.771	1080
5	1.776	1084
6	1.782	1087
7	1.787	1090
8	1.792	1093
9	1.798	1097
10	1.803	1100

Fuente: Cuadro N° 4

Elaborado por: La Autora

DEMANDA REAL.- Para calcular la demanda real se toma en consideración el número de familias para el año 2013 que es 1.068 al mismo que se lo multiplica por el 96% (Cuadro N° 5) que constituye la población que utilizan asaderos, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$D_p = Q_p \cdot M\%$$

Para el año 2013

$$D_p = Q_p \cdot M\%$$

$$D_p = 1.068 \cdot 0.96$$

$$D_p = 1.025 \text{ familias}$$

En donde:

D_p = Demanda Potencia

Q_p = Población Proyectada

$M\%$ = Porcentaje de la demanda

Muestral

**CUADRO N° 17
DEMANDA REAL**

Año	Demanda Potencia	Demanda Real 96%
0	1.068	1025
1	1.071	1028
2	1.074	1031
3	1.077	1034
4	1.080	1037
5	1.084	1040
6	1.087	1043
7	1.090	1047
8	1.093	1050
9	1.097	1053
10	1.100	1056

Fuente: Cuadro N° 5

Elaborado por: La Autora

Se determina una demanda Real para el año 2013 de 1.025 familias.

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan adquirir el producto.

Para calcular la demanda efectiva se ha tomado en consideración la demanda real para el año 2013 que es de 1.025 familias al mismo se lo multiplica por el 79% (cuadro N° 9) de los consumidores que si desearían que se creara una empresa productora y comercializadora de asadores ecológicos en la ciudad de Palora, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$De = Qp.M\%$$

Para el año 2010

$$De = Qp. M\%$$

$$De = 1.025 * 0,79\%$$

$$De = 810 \text{ familias}$$

En donde:

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

M%= Porcentaje de la demanda Muestral

**CUADRO Nº 18
DEMANDA EFECTIVA**

Año	Demanda Real	Nueva empresa 79%	Demanda Efectiva
0	1.025	79	810
1	1.028	79	812
2	1.031	79	814
3	1.034	79	817
4	1.037	79	819
5	1.040	79	822
6	1.043	79	824
7	1.047	79	827
8	1.050	79	829
9	1.053	79	832
10	1.056	79	834

Fuente: Cuadro Nº 9

Elaborado por: La Autora

Se determina una demanda efectiva para el año 2013 de 810 familias.

FRECUENCIA DE PROMEDIO DE CONSUMO

Consideramos el presente estudio como la compra de asadores por familia, al número de veces que una familia compra un asador en general de acuerdo a los resultados de la pregunta Nº 5.

CUADRO Nº 19
NÚMERO DE VECES QUE LAS PERSONAS COMPRAN ASADEROS AL
AÑO.

Alternativas	Frecuencia	ANUAL	TOTAL
ANUAL	2	1	2
CADA DOS AÑOS	4	0,5	2
CADA TRES AÑOS	18	0,333333333	6
CADA CUATRO AÑOS	35	0,25	8,75
CADA CINCO AÑOS	131	0,200	26,2
TOTAL	190		45

Fuente: Cuadro Nº 9

Elaborado por: La Autora

Según las encuestas aplicadas a las familias se determinó el consumo (uso) promedio por persona del asadero al año según el siguiente cuadro, el mismo que nos hace posible conocer cuántas veces compran, para ello a continuación se presenta el detalle sobre cómo se procedió al cálculo para obtener el número de veces que utilizan los servicios de la empresa.

Se multiplica el número de veces de compra por el número de frecuencia y se establece los usos percapita por año (45), luego estas dividimos para la suma total de la frecuencia, que es este caso es (190), para llegar así a obtener un promedio de 0,23 vez por año.

DEMANDA EFECTIVA FUTURA

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

Para el cálculo de la demanda efectiva futura del producto, al consumo per cápita que es de 1 al año; en consecuencia la demanda futura efectiva es el resultado de la multiplicación de la demanda efectiva por el consumo per cápita.

**Cuadro N° 20
DEMANDA FUTURA EFECTIVA**

Año	Demanda Efectiva	Consumo Per cápita	Demanda Efectiva
0	810	0,23	186
1	812	0,23	187
2	814	0,23	187
3	817	0,23	188
4	819	0,23	188
5	822	0,23	189
6	824	0,23	190
7	827	0,23	190
8	829	0,23	191
9	832	0,23	191
10	834	0,23	192

Fuente: Cuadro 19
Consumo per cápita 1)
Elaborado por: La Autora

Para el año 2013 la demanda esperada efectiva es de 186 asaderos.

ESTUDIO DE LA OFERTA

La Oferta es la cantidad de bienes o servicios específicos que los productores están dispuestos a ofrecer en un mercado.

Su objetivo es definir estrategias de mercado, publicidad y presentación del producto, como también el estudio de la competencia en aspectos básicos como: capacidad instalada y su nivel de utilización, tecnología, fallas y limitaciones.

CUADRO Nº 21
OFERTA ACTUAL

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)
1 a 2	4	1.5	6
3 a 4	1	3.5	3.5
Más de 4	0	4	0
Total	5		9.5

Fuente: Encuesta Oferta Cuadro Nº 14

Elaborado por: La Autora

Para poder determinar la oferta anual de asadores se multiplica el promedio anual de 9.5 para los doce meses al año, lo que determina 114 asadores al año de las cinco empresas que venden asadores, claro está que existen actualmente un número indeterminado de personas que informalmente venden asadores caseros, por lo que existe una oferta mínima.

CUADRO Nº 22
OFERTA ACTUAL

PROMEDIO	Nº DE EMPRESAS	PROMEDIO MENSUAL	NUMERO DE MESES	TOTAL ANUAL
1,9	5	9,5	12	114

Fuente: Cuadro Nº 21

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 23
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

Año	OFERTA
0	114
1	114
2	114
3	115
4	115
5	115
6	115
7	116
8	116
9	116
10	116

Fuente: Cuadro 14

Elaborado por: La Autora

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

El balance entre la oferta y demanda nos permite obtener la demanda insatisfecha la misma, que está constituida por la cantidad de productos que no logra satisfacer el mercado para lo cual se ha tomó en cuenta la cantidad ofertada en asadores que es de 300; dicha oferta tendrá un incremento del 0.01% cuyo dato fue tomado de la tasa de crecimiento comercial, el mismo que permitirá conocer cuál será el comportamiento de la demanda insatisfecha.

**CUADRO N° 24
BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA**

Año	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	186	114	72
1	187	114	73
2	187	114	73
3	188	115	73
4	188	115	74
5	189	115	74
6	190	115	74
7	190	116	75
8	191	116	75
9	191	116	75
10	192	116	76

Fuente: Cuadros N° 20 y 23

Elaborado por: La Autora

Los cálculos:

$$DI = DE - \text{Oferta Total}$$

$$DI = 186 - 114$$

$$DI = 72$$

Determinando así, la demanda insatisfecha para el primer año que es de 72 asadores.

PLAN DE MARKETING

El Plan de Comercialización implica acciones coordinadas y congruentes sobre el servicio, tomando en cuenta las 4P:

- Producto,
- Precio,
- Plaza
- Promoción

PRODUCTO

En el presente proyecto el producto que se ofrece al mercado es un bien tangible cuya característica es un asador.

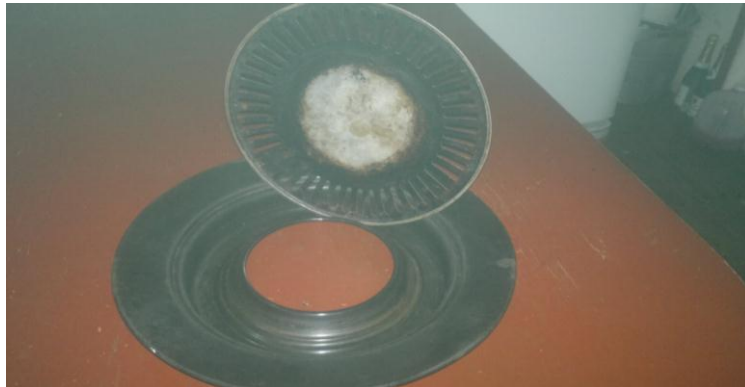
Para la realización de las características que se ofrecerá en el nuevo producto se establece con formato tamaño, color y modelo.

GRÁFICO N° 14



ECOLÓGICOS
PALORA - ECUADOR

Martínez Cia. Ltda.

GRÁFICO N° 15**GRÁFICO N° 16****PRECIO**

Es la cantidad de dinero que la empresa asignará por el bien producido, en el presente caso el precio por cada ejemplar se regirá bajo costos de producción más un margen de utilidad, cabe mencionar que el precio del asador ecológico no será mayor a los que ya tienen fijados los asadores que venden en la localidad debido a que nuestro mercado local así lo exige.

PLAZA

La plaza son los lugares designados para la distribución de los asadores en donde el consumidor final adquiera con mayor facilidad en el local propio que tendrá la empresa, además se lo distribuirá a las ferreterías de la localidad, siendo el objetivo principal realizar una cobertura completa a nivel local de manera que sea asequible a todas las personas y adquieran el producto ofrecido.

Para poder llegar con el producto al consumidor es importante destacar la distribución del mismo, es decir, la forma de colocar y ofrecer el producto en diferentes sectores del mercado a través de los canales de distribución que no son más que vías confiables seleccionadas para hacer llegar al usuario el producto con puntualidad y seguridad. Para la comercialización del producto se ha creído conveniente utilizar el siguiente canal de distribución.

GRÁFICO N° 16

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



PROMOCIÓN

Es el elemento fundamental del marketing de una organización que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado sobre el producto que brinda la empresa. En este caso la promoción es brindar todo tipo de información basada en el medio local.

La promoción comprende la venta personal, que implica la comunicación hablada directa entre vendedores y clientes en potencia y la venta masiva que no es más que el comunicarse con gran cantidad de clientes al mismo tiempo y la forma principal es la publicidad.

Por medio de la publicidad tendremos la oportunidad de dar a conocer el asador que tiene como objetivo fundamental el asado de carnes y mariscos.

Para ello se utilizará:

- Espacios publicitarios en radio y televisión.

POLÍTICAS

Las políticas es un conjunto de líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una empresa.

En la empresa editora se aplicará las siguientes políticas:

- La política de venta, que consiste en aplicar los canales de Distribución que se detalló anteriormente: Empresa-Intermediarios, que a su vez se transforman en Puntos de Venta-Consumidor Final.

Los canales de Distribución están bajo la responsabilidad del Departamento de Comercialización.

- Política de compra de insumos, en la cual la compra de materia prima se la hará en base a la demanda del producto.
- Política de precios, se determinará la fijación de precio de venta en base a los costos totales más un margen de ganancias e impuestos y se obtendrá el precio de venta.
- Política de promoción, misma que se realizará en fechas importantes de calendario.

ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico es ver la eventualidad del proyecto, en otras palabras, es saber las obligaciones y exigencias del proceso de producción, establecer métodos, procesos apropiados como también determinar el tamaño físico de la planta y la cantidad de recurso humano que se necesitará, la capacidad de la máquina instalada, la capacidad utilizada y su localización.

El análisis técnico deberá estar íntimamente relacionado con el estudio de mercado, donde se muestran las tendencias de la demanda, a partir de la identificación de las necesidades de los clientes reales y potenciales, la oferta real y proyectada del producto.

El estudio técnico es en secuencia otra de las etapas de la formulación y evaluación de proyectos de inversión, para determinar cómo estará equipada y diseñada.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño de la planta o tamaño del proyecto es igual a la capacidad de la producción que tiene el mismo, en un determinado periodo operacional, además de la competencia y la tecnología que se va utilizar.

Con lo anteriormente dicho se distingue dos tipos de capacidad: la teórica y la capacidad real del proyecto, la primera tiene relación con un objetivo ideal de satisfacer el 100% de la demanda insatisfecha. La segunda nos orienta de qué manera se puede mejorar nuestro trabajo y ofrecer al mercado un producto asequible siendo esta nuestra capacidad instalada.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción de la maquinaria, utilizando el 100% de producción, siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción dependiendo de la demanda insatisfecha para poder ofrecer el producto, en el presente proyecto se ha calcula la capacidad Instalada en relación a la capacidad que tiene la fundidora de metal, esta determina una capacidad de 1 plancha diarias cada plancha se utiliza para dos asadores, esto es que al año se estaría en capacidad de producir 730 asadores, pero la empresa trabajará solamente 8 horas y 260 días al año esto es la empresa estará en la capacidad de producir 70 asadores.

CUADRO N° 25			
CAPACIDAD INSTALADA			
N° DE AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 100%	% PARTICIPACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA
1	72	96,94	70
2	73	96,50	70
3	73	96,06	70
4	73	95,63	70
5	74	95,19	70
6	74	94,76	70
7	74	94,33	70
8	75	93,90	70
9	75	93,48	70
10	75	93,05	70

Fuente: Cuadro N° 23

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

La Capacidad Utilizada es la cantidad del producto que en presente proyecto son la cantidad ejemplares que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada.

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, siempre se inicia con menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: introducción del producto en el mercado, selección del personal, materiales a utilizarse, etc.,

En el siguiente cuadro se presenta de manera detallada la capacidad utilizada.

CUADRO N° 26			
CAPACIDAD UTILIZADA			
AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL AL 100%	%	CANTIDAD UTILIZADA AL AÑO
1	70	85	60
2	70	90	63
3	70	95	67
4	70	95	67
5	70	95	67
6	70	95	67
7	70	95	67
8	70	95	67
9	70	95	67
10	70	95	67

Fuente: Cuadros N° 24

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

En esta fase del estudio técnico del proyecto, se trata en forma específica sobre el lugar o sitio en dónde se va a ser instalar la empresa y su administración, para lo cual se tiene que, en primer lugar, hacer una delimitación del área geográfica en la cual se va a ofertar el producto.

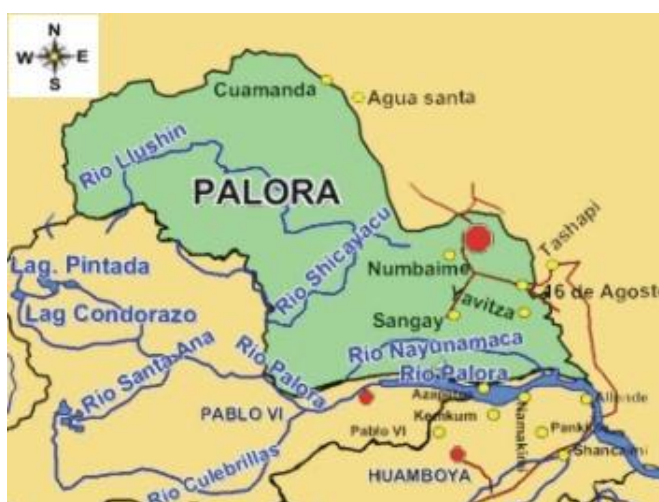
Una vez realizados los estudios se procede a determinar la macro y micro localización de la empresa productora, misma que debe cumplir con todos los requerimientos básicos que permitan crear un ambiente de trabajo agradable y que todas las personas que formen parte de esta empresa se

sientan en muy buenas condiciones para que de esta forma la producción del producto asador sea todo un éxito.

MACROLOCALIZACIÓN

Es el lugar geográfico dónde se encontrará ubicada la empresa productora, en este caso la macro-localización es: en Sudamérica, al Oriente del Ecuador, Provincia de Morona Santiago, Cantón Palora.

GRÁFICO N° 16

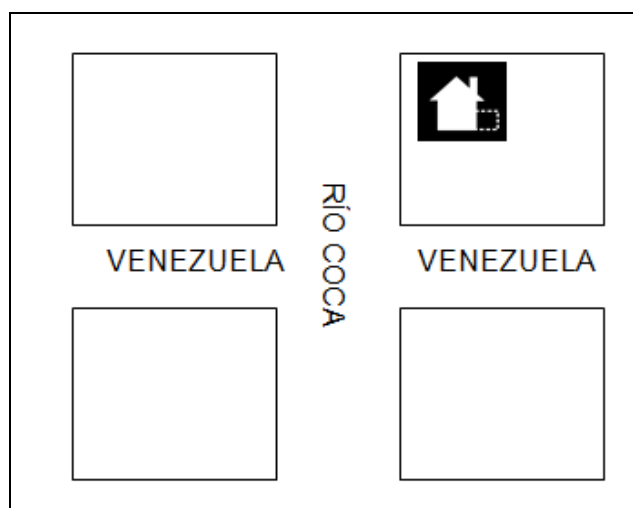


MICRO-LOCALIZACIÓN

Se refiere al sitio donde la empresa tendrá contacto personalizado con los clientes, para ello es necesario que su micro localización sea un sector de fácil acceso vehicular y peatonal, donde se realice el mayor movimiento de actividades comerciales y bancarias así como las de gestión pública por lo cual la localización será en el centro de la Ciudad de Palora.

En consideración a estos parámetros, la empresa se ubicará en las calles Río Coca y Venezuela, local que deberá ser acondicionado debidamente para que pueda responder a los requerimientos de quienes acudan con el propósito de acceder a las compras.

GRÁFICO N° 17



ELABORACIÓN: La Autora

INGENIERIA DEL PROYECTO

Se conoce como ingeniería del proyecto, el estudio técnico de los procesos que son necesarios para producir un bien o servicio

EL PRODUCTO

El producto que se pretende producir, es un asador ecológico, para lo cual se le dará el nombre adecuado que de una u otra forma sea identificada en el mercado como “La Chispa Roja”.

PROCESO PRODUCTIVO

El presente proceso productivo es un conjunto de actividades secuenciales ordenadas sistemáticamente por categoría y momento, que tiene como finalidad la creación de una empresa productora de asador ecológico para la ciudad de Palora.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso seleccionado en este proyecto consta de dos partes.

Para empezar el proceso productivo del producto que se brindará en este caso el asador es necesario seguir las siguientes fases:

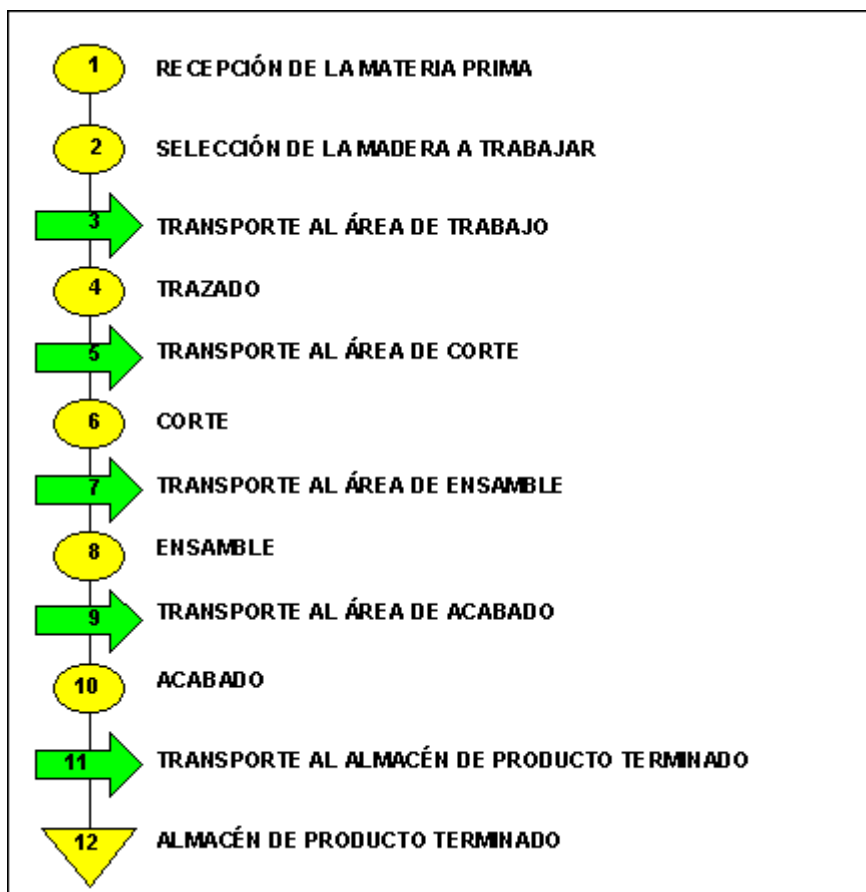
1. Recepción de materia prima
2. Selección del hierro a trabajar
3. Transporte al área de trabajo
4. Trazado
5. Transporte al área de corte
6. Corte
7. Transporte al área de ensamble
8. Ensamble
9. Transporte al área de acabado
10. Acabado
11. Transporte al almacén de producto terminado
12. Producto terminado.

Descripción de las fases:

1. **Recepción de materia prima.-** Para realizar la primera parte del proceso productivo del asador, es necesario contar con la materia prima necesaria para elaborar el producto.
2. **Selección del hierro a trabajar.-** Una vez realizada la recepción de la materia prima, se selecciona el hierro a ser trabajado en la elaboración del asador, el mismo que contenga el espesor necesario.
3. **Transporte al área de trabajo.-** Escogida el hierro se lo transporta al área de trabajo mediante un monta carga esto por lo pesado de la materia prima y a la vez el ahorro de tiempo y esfuerzo.
4. **Trazado.-** Una vez en el área de trabajo la materia prima, se procede a realizar el trazado del molde del asador, dándole forma y figura.
5. **Transporte al área de corte.-** Ya realizado el trazado del asador se lo transporta al área de corte, para que pueda ser cortado en su forma.
6. **Corte.-** Ya en esta área mediante la cortadora eléctrica se realiza la forma de asador para que pase al área de ensamble.
7. **Transporte al área de ensamble.-** Posteriormente se transporta al área de ensamble.
8. **Ensamble.-** En el área de ensamble se realiza la unión de todas las piezas para formar el asador.
9. **Transporte al área de acabado.-** Ensamblado las piezas se transporta al área de acabado para dar el toque final.

- 10. Acabado.-** Ya unidas todas las piezas se les da el acabado necesario esto es el pintado brillo y cogida de todas las fallas necesarias.
- 11. Transporte al almacén de producto terminado.-** Realizado el acabado del asador, se lo transporta al almacén de productos terminados para que sean distribuidos.

GRÁFICO N° 18
DIAGRAMA DE FLUJO



ELABORACIÓN: La Autora

AREA REQUERIDA

Para el desarrollo adecuado de las actividades de la empresa, arrendará un lote en la ciudad de Palora, el mismo que cuenta con un área de 100 m², que tiene todos los servicios básicos y será distribuido así:

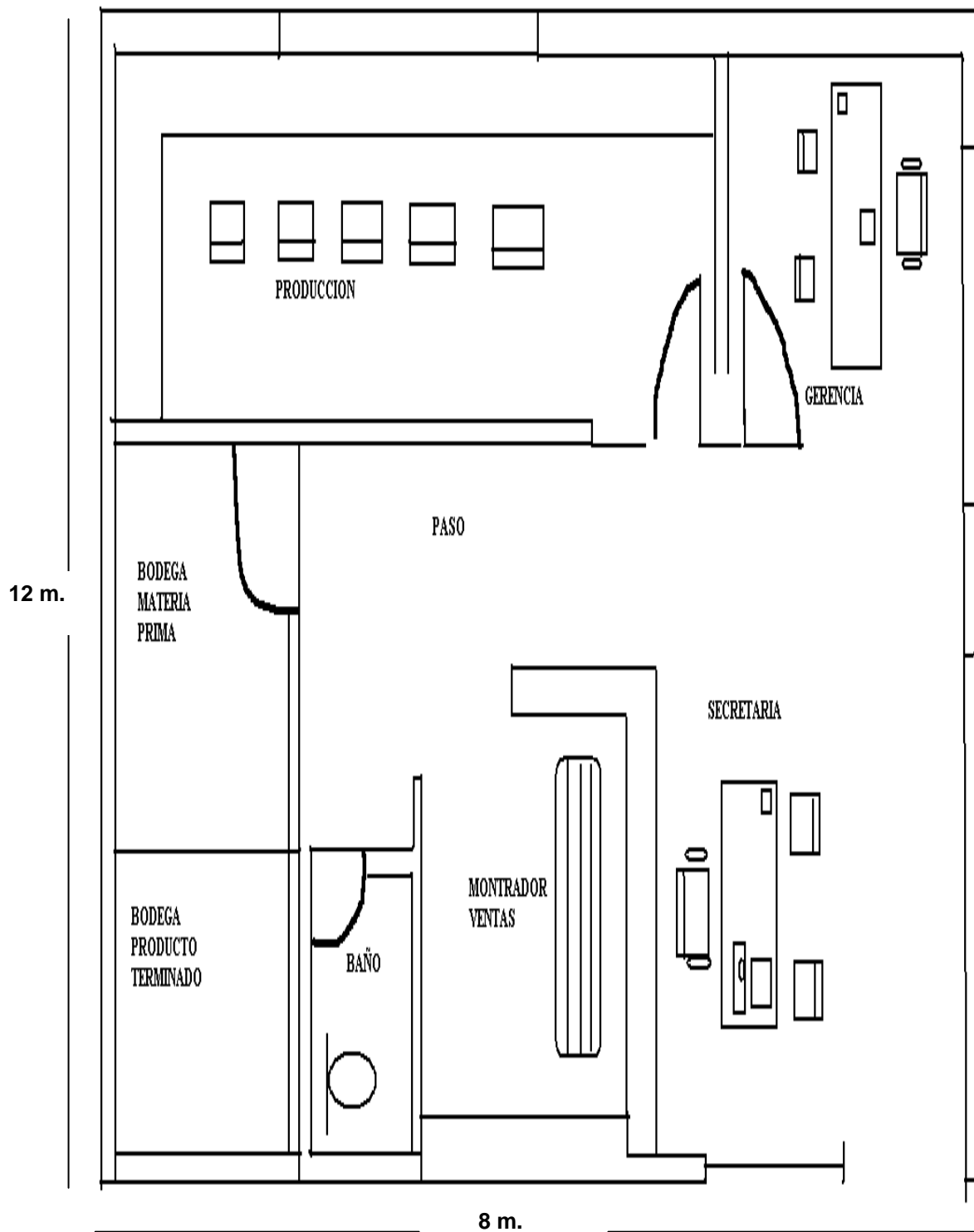
CUADRO N° 27
Distribución Física de la Planta

Función	Área
Gerencia	13 m ²
Secretaría	13 m ²
Demostrador	13 m ²
Producción	35 m ²
Bodega para materia prima	10 m ²
Bodega de Producto terminado	10 m ²
Sanitario	6 m ²
TOTAL	100 m²

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 26
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



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.

- Un obrero

PERSONAL ADMINISTRATIVO.

- Gerente
- Secretaria - Contadora
- Servicios Generales
- Chofer
- Guardia

PERSONAL DE VENTAS.

- Vendedor

DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

El proceso productivo descrito, para su funcionamiento requiere de maquinaria y equipo necesario para elaborar el producto terminado, a continuación se detalla los bienes requeridos del mismo.

- **Cortadora de Hierro**

Marca Massa

GRÁFICO Nº 19



- **Compresor**

Marca PORTEN

GRÁFICO Nº 20



- **Soldadora eléctrica**

Marca MIG LINCOLN .

GRÁFICO N° 21



- **Dobladora de Hierro**

Marca DEFAUL.

GRÁFICO N° 22



MUEBLES Y ENSERES

- **Sillón**

Sillón de oficina

GRÁFICO N° 23



- **Butacas de espera**

Butacas de espera fijas

GRÁFICO N° 24



- **Archivadores**

Archivadores en metal tipo modular

GRÁFICO N° 25



ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Organización Legal

Para la organización jurídica se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al artículo 92 de la Ley de Compañías, en su parte pertinente dice: 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 una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “COMPAÑÍA LIMITADA” o su correspondiente abreviatura.

Los requisitos exigidos por la ley son los siguientes:

- ✦ Acta constitutiva.
- ✦ Razón Social de la empresa Martínez CIA. LTDA.
- ✦ Domicilio: Ciudad de Palora, calles Río Coca y Venezuela.
- ✦ Capital social. Por determinarse
- ✦ Tiempo de Duración: Diez años
- ✦ Administradores:

Objeto Social. La empresa Martínez CIA. LTDA. Se dedicará a la producción y comercialización de asadores ecológicos.

REALIZACIÓN DEL ACTA CONSTITUTIVA

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ASADORES ECOLÓGICOS

En la ciudad de Palora, del Cantón Palora, provincia de Morona Santiago, a los veinte días del mes de enero de 2014, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Franco Freire Fuentes, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto la producción de asadores ecológicos, como desarrollo fundamental en el adelanto de la Provincia de Morona Santiago.

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA ORENCA.**SEÑOR NOTARIO:**

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

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- GLORIA MARTINEZ, ecuatoriana portadora de la cédula 1400230296, PATRICIA CUMANDA MARTINEZ TORRES, ecuatoriana portadora de la cédula 1600896821, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa Martínez Cia. Ltda.

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

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA**TITULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-**

Art. 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina La Chispa Roja Asaderos Ecológicos.

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

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es la producción de un Asadero Ecológico.- Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidadas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de el se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

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

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

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá

ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-

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

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

Art. 17.- (QUOROM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando mas treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalara con el numero de

accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 18.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Accionistas el Presidente de la Empresa, actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente actuara quien lo Subroge y falta del Gerente General, actuara como secretario la persona que designe la junta.-

Art. 19.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorias externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las

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

Art. 20.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que este presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

Art. 21.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por cuatro vocales principales, los vocales deben ser elegidos pro la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus

cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.-

Art. 22.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Presidente de la empresa y actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente lo remplazará su Subrogante y falta del Gerente General se nominara un secretario Ad-hoc.-

Art. 23.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

Art. 24.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal

aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

Art. 25.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 26.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-

Art. 27.- (DEL PRESIDENTE).- El Presidente de la Empresa será al mismo tiempo del Directorio y de la Junta General, será nombrado por el Directorio de entre sus miembros y durará 4 años en el ejercicio de su cargo, podrá ser indefinidamente reelegido, siendo sus atribuciones las siguientes: a) Convocar y presidir las reuniones de la Junta General y del Directorio; b) Firmar juntamente con el Secretario las actas de las sesiones del Directorio y

la Junta General y los títulos de acciones; c) Velar por el estricto cumplimiento del estatuto social y de las decisiones de las Juntas Generales de Accionistas y del Directorio; d) Asesorar al Gerente General en los asuntos que éste le pidiere; e) Ejercer la representación legal de la empresa para lo cual tiene las facultades señaladas; f) Supervisar las finanzas de la empresa y las funciones administrativas del Gerente General, en caso de falta del Presidente, le reemplazará el primer miembro del Directorio, de acuerdo al orden del nombramiento de los miembros del Directorio, quien ejercerá sus funciones con las mismas facultades y atribuciones que el Presidente Titular.-

Art. 28.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-

Art. 29.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la

empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informe de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 30.- (DEL GERENTE TÉCNICO).- Será nombrado por el Gerente General, quien fijará su remuneración de acuerdo al nivel profesional y experiencia, será un profesional experto en áreas de producción agro-industrial, dispuesto al trabajo en las plantaciones, oficinas de la empresa y a

realizar viajes al exterior por temas específicos relacionados al objeto de la empresa, se reportará directamente al Gerente General y presentará planes de trabajo, proyectos de ampliación, monitoreo de operación y todo lo relacionado al desarrollo del trabajo en el campo.-

Art. 31.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 32.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

Art. 33.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se

agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 500,00 dólares, con lo que se conseguirá un total de 1.000,00 dólares.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Directora a la señorita Beberley Paola Santamaría; se designa Presidente a la Sra. Gloria Martínez; se designa Gerente General a la Sra. Patricia Martínez. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Dr. Cesar Augusto Castro, Abogado Matricula 2543. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA INTERNA

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

Niveles Administrativos.- Los niveles administrativos de la Empresa Martínez Cía. Lda., está establecida por 5 niveles jerárquicos que son:

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

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

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

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

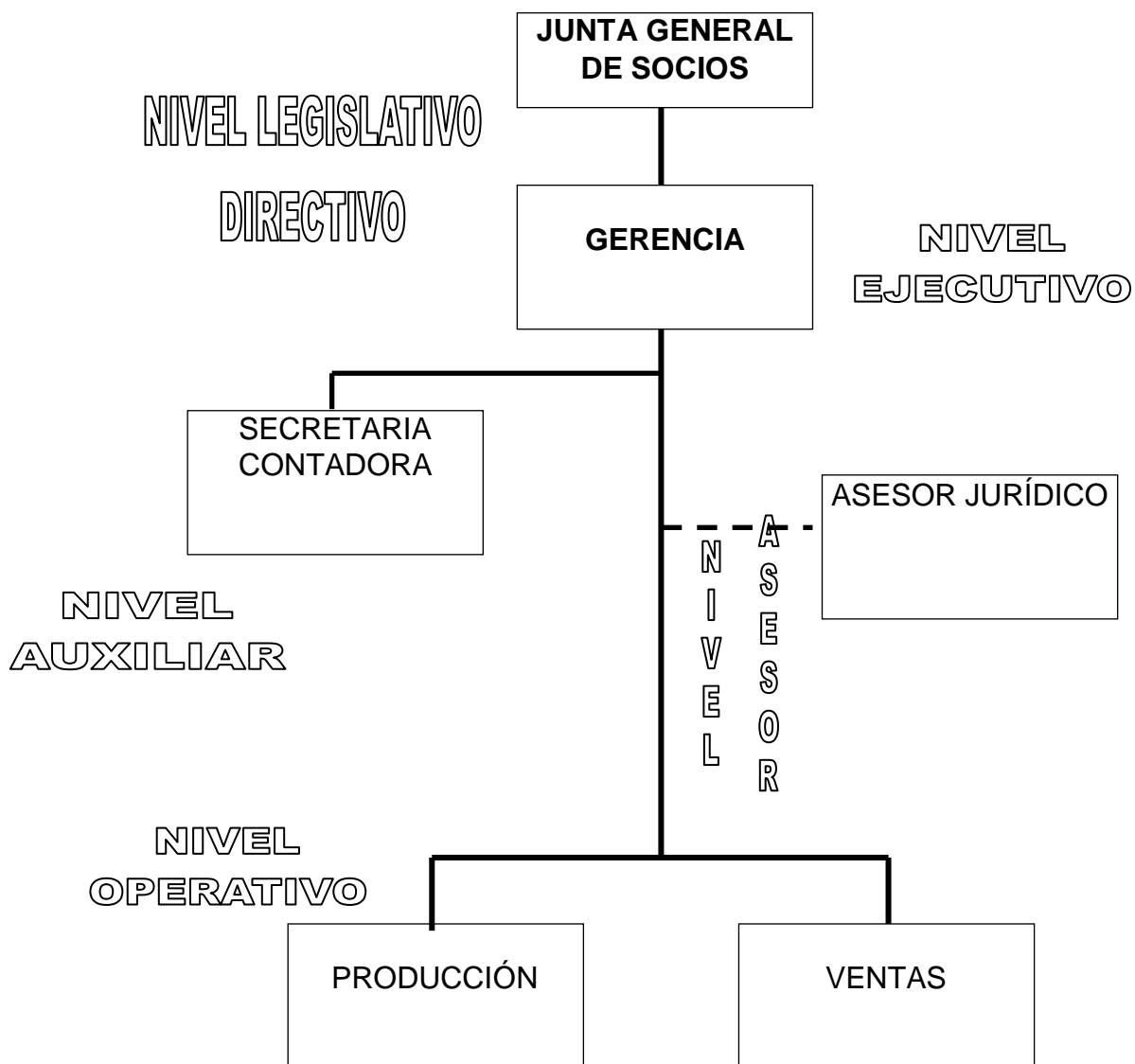
Nivel Auxiliar o de Apoyo.- Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, y se encuentra conformado por la Secretaria y Conserje.

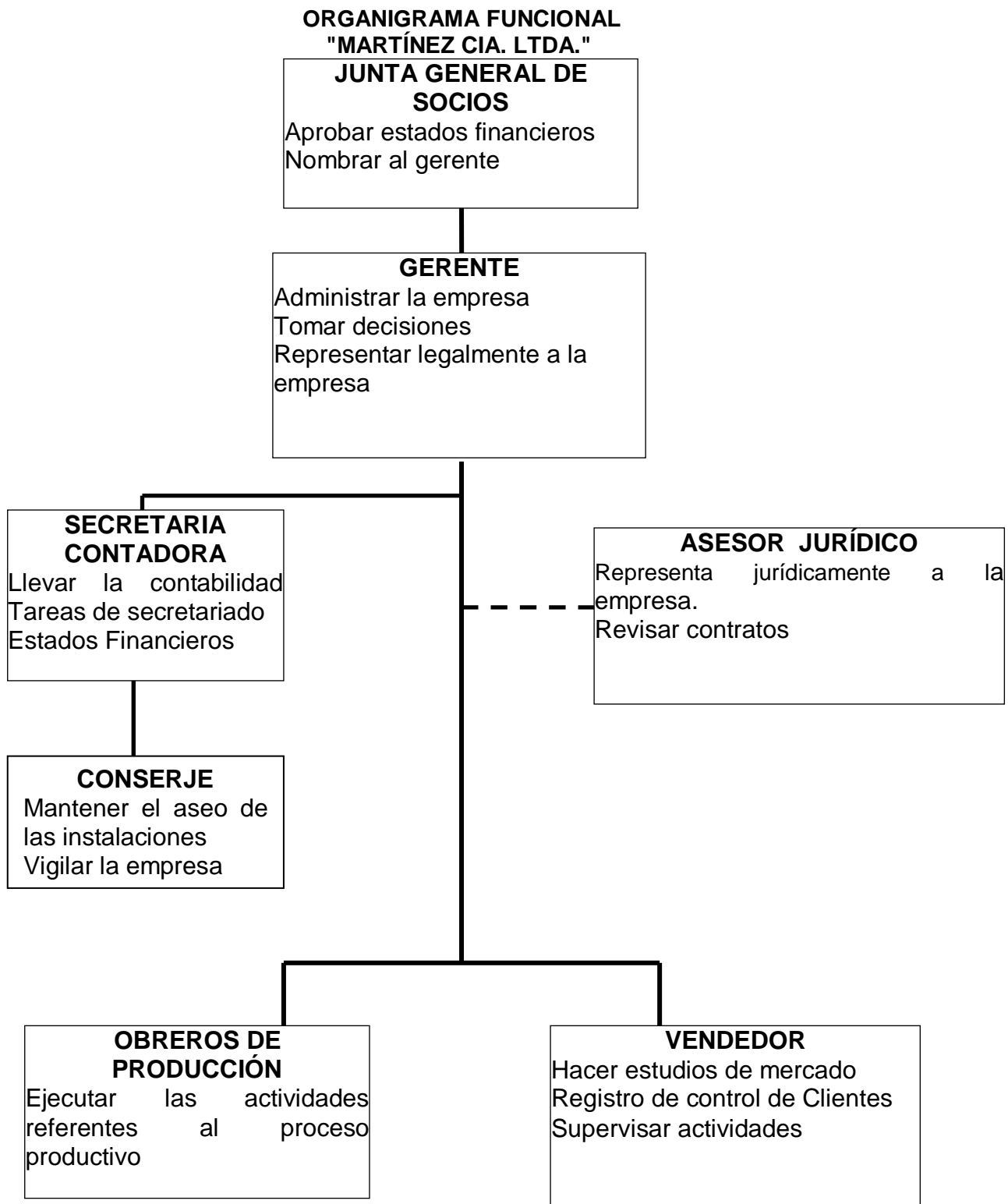
Nivel Operativo.- El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. Dentro de este nivel estará el Departamento de Producción y Ventas.

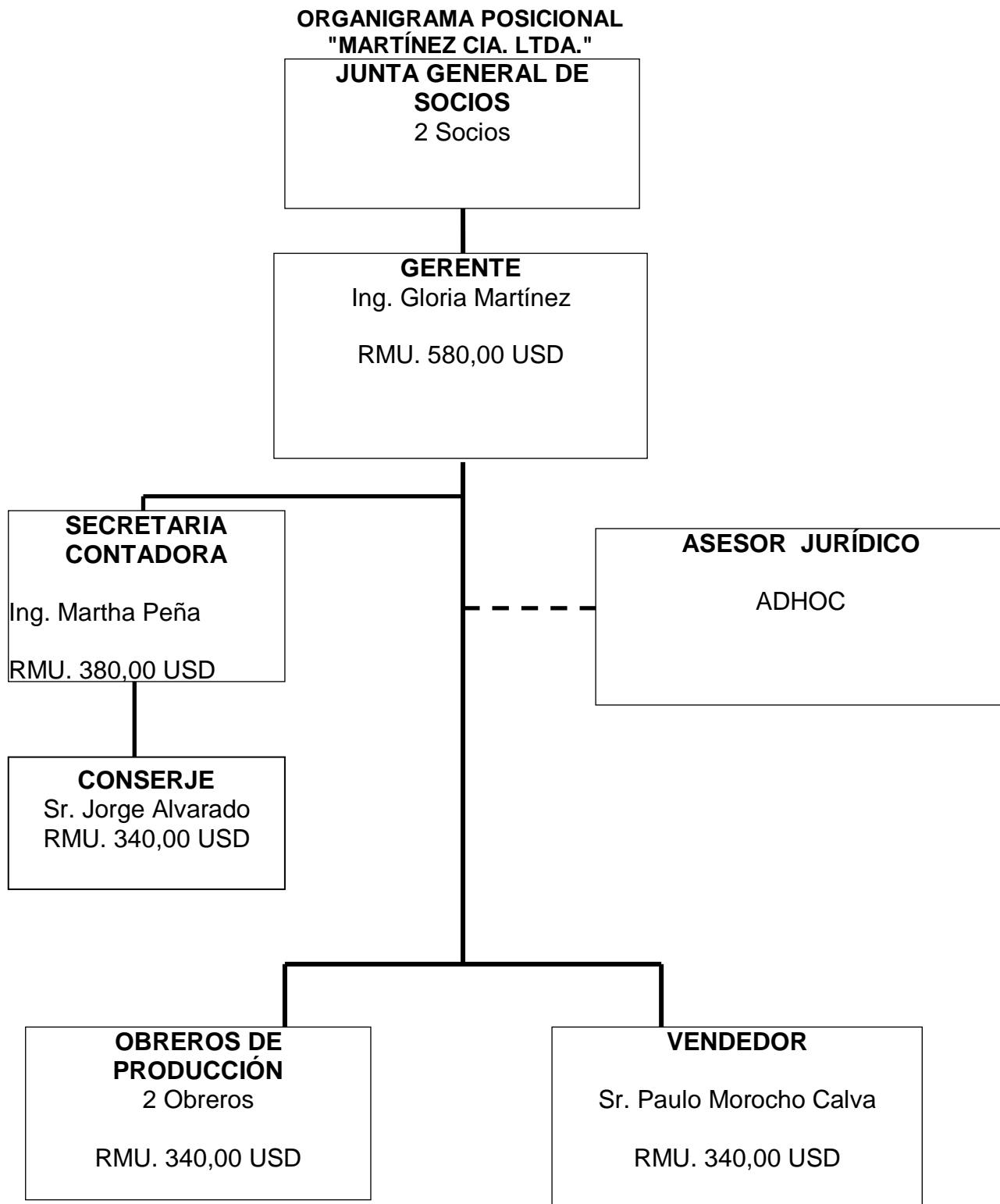
ORGANIGRAMAS

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

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
"MARTÍNEZ CIA. LTDA."**







MANUAL DE FUNCIONES**CÓDIGO:01****TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE****NATURALEZA DEL TRABAJO**

Dirigir las acciones técnicas, operativas, financieras y administrativas de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Administrar la empresa y cumplir con sus objetivos para lograr las metas propuestas.
- ✓ Representar legal de la empresa.
- ✓ Controlar las labores de todo el personal para asegurar el efectivo funcionamiento.
- ✓ Supervisar a los subordinados a su cargo; motivarlos, corregirlos y controlarlos; revisando, manteniendo y asegurando el excelente desempeño de los mismos.
- ✓ Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades administrativas y financieras.
- ✓ Convocar a reuniones periódicas a sus empleados, para evaluar el desempeño individual, grupal y las metas alcanzadas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responde por el trabajo de todos los empleados
- Requiere de constante esfuerzo mental
- Requiere de iniciativa para buscar soluciones para los posibles problemas que se dieran en su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS:***EDUCACIÓN:***

- Título de Ingeniero Comercial.

CÓDIGO: 02

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURIDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- ✓ Asesorar a los directivos y funcionarios de empresa productora sobre asuntos de carácter legal.
- ✓ Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- ✓ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicial al Complejo.
- ✓ Participar en procesos contractuales.
- ✓ Participar en sesiones de la Junta General de Socios.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se caracteriza por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Abogado.
- Experiencia mínimo 2 años en funciones similares.
- Curso de régimen laboral.

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Apoyar en todas las labores de oficina y atención al cliente.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Atender a los clientes que llegan hasta las instalaciones.
- ✓ Controlar la agenda del día por medio de los diferentes medios que le sean asignados para tal fin. (Agenda de escritorio, agenda electrónica, agenda de PC)
- ✓ Ordenar y archivar correctamente la información y documentación que se genere.
- ✓ Auxiliar en las actividades de recepción y seguimiento de clientes, que hagan a través de la vía telefónica, personal, e-mail y otros.
- ✓ Emitir facturas y cobrar las facturas emitidas
- ✓ Realizar pagos de facturas

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere de gran responsabilidad en el desarrollo de sus funciones.
- Requiere de buenas relaciones interpersonales con el público en general.
- Requiere de mucha concentración en sus labores.
- Requiere de iniciativa para la solución de problemas de su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN

- Título universitario en Contabilidad

EXPERIENCIA

- Un año en labores similares.

CODIGO: 04

TÍTULO DEL CARGO: VENDEDOR

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto y servicio ofrecido.

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Consolidar de cartera de clientes
- ✓ Captar nuevos clientes
- ✓ Cumplir con el cierre de clientes en ventas
- ✓ Presentar a la empresa en su ámbito de actuación
- ✓ Elaborar informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere de gran responsabilidad en el desarrollo de sus funciones.
- Requiere de buenas relaciones interpersonales con el público en general.
- Requiere de mucha concentración en sus labores.
- Requiere de iniciativa para la solución de problemas de su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN:

- Estudiante de marketing o carrera a afines

EXPERIENCIA:

- Experiencia mínima de 2 años

CODIGO: 05

TITULO DEL CARGO: OBREROS DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecutar las actividades referentes al proceso productivo, mantenimiento de máquinas e instalaciones así como del almacenamiento del producto final.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Recepción y selección de materia prima
- ✓ Ejecución del proceso de producción
- ✓ Realizar la limpieza diaria de las máquinas y utensilios que utilizan para el proceso productivo

CARACTERISTICAS DEL TRABAJO:

El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción, requiere de alta movilidad y responsabilidad.

REQUISITO MÍNIMO:

- **Educación:**
Título de bachiller
- **Experiencia**
Un año por lo menos

CÓDIGO: 06

TÍTULO DEL CARGO: CONSERJE - GUARDIAN

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa
- ✓ Realizar la limpieza de la empresa
- ✓ Llevar y traer la correspondencia

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO:

El puesto requiere que sea una persona responsable para resguardar las instalaciones de la empresa.

REQUISITO MÍNIMO:

▪ **Educación**

Título de bachiller

▪ **Experiencia**

Un año en labores similares

ESTUDIO FINANCIERO

Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, así como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y así poder determinar su rentabilidad.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

ACTIVOS FIJOS

- **Maquinaria y Equipo**

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta tecnología necesaria para efectuar el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nº 28
PRESUPUESTO DE MAQUINARIA**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Cortadora de Hierro	2500	2500
1	Compresor	3000	3000
1	Soldadora eléctrica	2100	2100
1	Dobladora de Hierro	1400	1400
TOTAL			9000

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

- **Herramientas**

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de los complementos para la tecnología a fin de realizar adecuadamente el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 29
PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Kit de Herramientas	210	420
TOTAL			420

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

- **Equipo de Computación**

Constituyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente, estos son:

Cuadro N° 30
PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Computador	720	1440
2	Impresora	75	150
TOTAL			1590

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

▪ Muebles y Enseres

Comprenden todos los bienes que son necesarios para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, de acuerdo con la función para la que fueron diseñados.

Cuadro N° 31
PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Escritorio ejecutivo con silla giratoria	150	300
2	Mesas de trabajo	200	400
10	Sillas plásticas	14	140
2	Archivadores	120	240
TOTAL			1080

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro N° 32
PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS

Cantidad	Descripción	Costo Total
1	Estudios Preliminares	2500
1	Gastos organizativos	1800
1	Patentes de Funcionamiento	350
TOTAL		4650

Fuente: Municipio de Palora

Elaboración: La Autora

ACTIVOS CIRCULANTES

En nuestro proyecto el capital de operación corresponderá a la adquisición de materia prima y materiales directos, mano de obra directa, gastos de

administración y ventas, gastos de fabricación e imprevistos, gastos financieros y amortizaciones.

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

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

- **Materia Prima Directa.-** Son todos los materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y que son visibles en este.

La materia prima que requiere la empresa es Hierro, Suelda, Latón y Pintura.

CUADRO N° 33

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
40	Hierro	45	1800
114	Suelda	1,1	125,4
5	Planchas de latón	20	100
22	Pintura	22	484
TOTAL			2509,4

Fuente: Distribuidora El Hierro

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 34
PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total Anual
12	Delantales	10	120
12	Mascarillas	5	60
12	Guantes	3,2	38,4
1	Botiquín	120	120
			338,4

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

- **Mano de Obra Directa.-** La constituyen los obreros que se encargan de todo el proceso de producción, en este caso laborarán 2 obreros.

CUADRO N° 35
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	Obrero
REMUNERACIONES	
Salario Básico	340
13° Sueldo	28,33
14° 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

Fuente: Ecuador en Cifras 2014

Elaboración: La Autora

- **Mano de Obra Indirecta.-** La constituyen el Jefe de Producción que se encargan de todo el proceso de producción.

CUADRO N° 36
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	Jefe de Producción
REMUNERACIONES	
Salario Básico	410
13° Sueldo	34,17
14° Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	52,68
IECE (0.50%)	2,05
SECAP (0.50%)	2,05
Vacaciones	17,08
Total	546,37
Número de empleados	1
Total Mensual	546,37
Total Anual	6.556,41

Fuente: Ecuador en Cifras 2014

Elaboración: La Autora

GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos Administrativos

- **Agua Potable.-** Esta información se la obtuvo en el Gobierno Autónomo de Palora, la misma que es de \$ 0,12 por m³.

La empresa consumirá un promedio de 210 m³ mensuales, dando un total de \$ 25,20 al mes y anualmente \$ 302,40.

CUADRO Nº 37
PRESUPUESTO DE CONSUMO DE AGUA POTABLE

Cantidad (m³)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
210	Consumo de Agua	0,12	25,2	302,4

Fuente: Gobierno Autónomo de Palora

Elaboración: La Autora

- **Energía Eléctrica.-** Se calcula sobre la base de los gastos de iluminación requerida para las oficinas y producción de la empresa.

El precio es de \$ 0,041 por cada kilovatio según la Empresa Eléctrica Regional del Sur; se estima un promedio de consumo de 1100 kw/h, esto representa un costo mensual de \$ 45,10 y anual de \$ 541,20.

CUADRO Nº 38
PRESUPUESTO DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Cantidad (kw/h)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
1100	Consumo de Energía Eléctrica	0,041	45,1	541,2

Fuente: Empresa Eléctrica

Elaboración: La Autora

- **Servicio Telefónico.-** Se lo calcula en base de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa.

Se ha estimado un consumo mensual aproximado de 220 minutos con un costo de \$ 0,21 el minuto, ello arroja un valor de 46,20; para la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa, cuyo valor asciende a \$ 554,40.

CUADRO N° 39
PRESUPUESTO DE CONSUMO TELEFÓNICO

Cantidad (min.)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
220	Consumo Telefónico	0,21	46,2	554,4

Fuente: CNT

Elaboración: La Autora

- **Útiles de Oficina.-** Se estima que para material de oficina, corresponden los siguientes elementos como papel bond, facturas, entre otros.

CUADRO N° 40
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA

Cantidad (min.)	Descripción	Valor Unitario	Valor Anual
20	Resma de papel Bonn	2,6	31,2
10	Tóner para impresora	120	1440
10	Block de facturas	12	144
100	Esferos	0,35	4,2
	TOTAL	134,95	1619,4

Fuente: PACO

Elaboración: La Autora

- **Útiles de Aseo.-** Son aquellos implementos que serán utilizados para el aseo de la empresa.

CUADRO N° 41
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO

Cantidad (min.)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
1	Escobas	1,5	1,5	18
2	Recogedores	2	4	48
4	Cestos para basura	6	24	288
2	Trapeadores	2,3	4,6	55,2
6	Desinfectantes	4	24	288
	TOTAL	15,8	58,1	697,2

Fuente: La Reforma

Elaboración: La Autora

- **Sueldos de Administración.-** Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte administrativa, los mismos que se ubican en los puestos que se indican:

CUADRO N° 43
PRESUPUESTO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria Contadora	Conserje Guardián
REMUNERACIONES			
Salario Básico	580	380	340
13º Sueldo	48,33	31,67	28,33
14º Sueldo	28,33	28,33	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	73,22	49,06	44,23
IECE (0.50%)	2,9	1,9	1,7
SECAP (0.50%)	2,9	1,9	1,7
Vacaciones	24,17	15,83	14,17
Total	759,85	508,69	458,46
Número de empleados	1	1	1
Total Mensual	759,85	508,69	458,46
Total Anual	9.118,22	6.104,32	5.501,54

Fuente: Ecuador en Cifras 2014

Elaboración: La Autora

- **Amortización de Activos Diferidos.-** Para establecer el valor de la amortización de activos diferidos de cada año, se procede a dividir el valor total del activo diferido de cada año, se procede a dividir el valor total del activo diferido que es de 4,650.00 para los 10 años de vida útil del proyecto, obteniendo como resultado de la amortización la cantidad de \$ 465.00

FORMULA:

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \frac{\text{Valor Total Activo Diferido}}{\text{Vida util del Proyecto}}$$

$$\text{AAD} = \frac{4.650}{10}$$

$$\text{AAD} = 465$$

GASTOS DE VENTA

- **Publicidad y Propaganda.-** Se basa en las cuñas publicitarias que se realizarán en la radio y las hojas volantes por medio de las cuales se dará a conocer el producto.

CUADRO N° 44
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR		
		Unitario	Mensual	Anual
5	Cuñas Publicitarias	22	110	1320
			TOTAL	1152

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

- **Sueldos de Ventas.-** Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte de Ventas como Director de Ventas y Publicidad, Chofer y Ejecutivo de Ventas, los mismos que se ubican en los puestos que se indican:

CUADRO N° 45

PRESUPUESTO SUELDOS VENTAS

DESCRIPCIÓN	Vendedor
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	1
Total Mensual	458,46
Total Anual	5.501,54

Fuente: Ecuador en Cifras 2014

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 46
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, RESUMEN

DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	SUELDO 1er AÑO
Sueldos de Administración	1727	20724
Servicio telefónico	46,2	554,4
Energía eléctrica	45,1	541,2
Agua potable	25,2	302,4
Material de oficina	134,95	1619,4
Útiles de aseo	58,1	697,2
Arriendo	250	3000
Total	2.286,55	27.438,60

Fuente: Cuadros N° del 37 al 43

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 47
GASTOS DE VENTA (RESUMEN)

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
Publicidad y Propaganda	110	1320
Sueldos Ventas	458,46	5501,52
Total	568,46	6821,52

Fuente: Cuadros N° del 44 al 45

Elaboración: La Autora

CUADROS DE LOS RESUMENES DE ACTIVOS

CUADRO N° 48
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Descripción	Valor Total
Maquinaria	9000
Herramientas	420
Equipos de Computación	1590
Muebles y Enseres	1080
TOTAL	12090

Fuente: Cuadros desde el N° 28 al 31

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 49
RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

Cantidad	Descripción	Costo Total
1	Estudios Preliminares	2500
1	Gastos organizativos	1800
1	Patentes de Funcionamiento	350
TOTAL		4650

Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 50
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN O CAPITAL DE TRABAJO
PARA UN MES**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
Materia prima directa	209,12	2509,4
Suministros de Producción	28,20	338,4
Mano de Obra Directa	916,92	11003,08
Gastos de Administrativos	2286,55	27438,6
Gastos de venta	568,46	6821,52
Total	4009,25	48111

Fuente: Cuadros N° 33 al 47

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 51
TOTAL DE INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR USD	%
<u>ACTIVOS FIJOS:</u>		
Maquinaria	9000	
Herramientas	420	
Equipos de Computación	1590	
Muebles y Enseres	1080	
Subtotal:	12090	58,27
<u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u>		
Estudios Preliminares	2500	
Gastos organizativos	1800	
Patentes de Funcionamiento	350	
Subtotal:	4650	22,41
<u>CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)</u>		
Materia prima directa	209,12	
Suministros de Producción	28,2	
Mano de Obra Directa	916,92	
Gastos de Administrativos	2286,55	
Gastos de venta	568,46	
Subtotal:	4009,25	19,32
TOTAL:	20749,25	100,00

Fuente: Cuadros N° 48, 49 y 50

Elaboración: La Autora

FUENTES INTERNAS Y FUENTES EXTERNA

FUENTES INTERNAS

El 51,81 % del Total de la Inversión corresponde a 10.749,25 dólares que serán financiados por las aportaciones de las socias.

FUENTES EXTERNAS

Para poder desarrollar este proyecto se hace necesario solicitar un préstamo en el Banco de Guayaquil a un plazo de 5 años y una tasa del 15 % con pagos semestrales.

CUADRO Nº 52
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	51,81	10749,25
Crédito	48,19	10000,00
TOTAL	100,00	20749,25

Fuente: Banco local
Elaboración: La Autora

AMORTIZACIÓN

Es el reconocimiento de la depreciación o pérdida de valor que sufre el inmovilizado material o inmaterial debido a su utilización y al paso del tiempo.

Su propósito es distribuir el costo del activo fijo durante su vida útil o periodo en el cual su utilización produce ingresos.

CUADRO Nº 53
AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO

CAPITAL:		10000	PAGO:		SEMESTRAL
INTERÉS:		15,00%			
TIEMPO:		5 AÑOS			
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.	
0				10.000,00	
1	1.000,00	750,00	1.750,00	9.000,00	
2	1.000,00	675,00	1.675,00	8.000,00	
3	1.000,00	600,00	1.600,00	7.000,00	
4	1.000,00	525,00	1.525,00	6.000,00	
5	1.000,00	450,00	1.450,00	5.000,00	
6	1.000,00	375,00	1.375,00	4.000,00	
7	1.000,00	300,00	1.300,00	3.000,00	
8	1.000,00	225,00	1.225,00	2.000,00	
9	1.000,00	150,00	1.150,00	1.000,00	
10	1.000,00	75,00	1.075,00	0,00	

Fuente: Banco de Guayaquil

Elaboración: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS

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

CUADRO Nº 54 : PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia Prima Directa	2.509,40	2.631,86	2.760,29	2.895,00	3.036,27	3.184,44	3.339,84	3.502,83	3.673,76	3.853,04
Mano de Obra Directa	11.003,08	11.540,03	12.103,18	12.693,82	13.313,28	13.962,97	14.644,36	15.359,00	16.108,52	16.894,62
Mano de Obra Indirecta	6.556,41	6.876,36	7.211,93	7.563,87	7.932,99	8.320,12	8.726,14	9.151,98	9.598,59	10.067,00
Total costo primo	20.068,89	21.048,25	22.075,41	23.152,69	24.282,54	25.467,53	26.710,34	28.013,81	29.380,88	30.814,67
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Depreciación de Maquinaria	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00
Depreciación de Herramientas	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80
Energía eléctrica	541,20	567,61	595,31	624,36	654,83	686,79	720,30	755,45	792,32	830,98
Agua potable	302,40	317,16	332,63	348,87	365,89	383,75	402,47	422,11	442,71	464,32
Suministros de producción	338,40	354,91	372,23	390,40	409,45	429,43	450,39	472,37	495,42	519,59
Imprevistos 2%	40,60	41,75	42,96	44,23	45,56	46,96	48,42	49,95	51,56	53,25
Total carga proceso de fabricación	2.070,40	2.129,23	2.190,94	2.255,66	2.323,53	2.394,72	2.469,38	2.547,69	2.629,81	2.715,95
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	20.724,08	21.735,42	22.796,10	23.908,55	25.075,29	26.298,96	27.582,35	28.928,37	30.340,08	31.820,67
Depreciación de Muebles y Enseres	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20	97,20
Depreciación de equipos de computación	353,35	353,35	353,35	353,35	353,35	353,35	353,35	353,35	353,35	353,35
Amortización de Activos Diferidos	465,00	465,00	465,00	465,00	465,00	465,00	465,00	465,00	465,00	465,00
Útiles de oficina	1.619,40	1.686,77	1.756,94	1.830,03	1.906,15	1.985,45	2.068,04	2.154,08	2.243,69	2.337,02
Útiles de Aseo	697,20	726,20	756,41	787,88	820,66	854,80	890,36	927,39	965,97	1.006,16

Consumo telefónico	554,40	581,45	609,83	639,59	670,80	703,54	737,87	773,88	811,64	851,25
Arriendos	3.000,00	3.146,40	3.299,94	3.460,98	3.629,88	3.807,02	3.992,80	4.187,65	4.392,00	4.606,33
Imprevistos 2%	490,21	512,91	536,70	561,63	587,77	615,17	643,88	673,99	705,54	738,61
Total gastos administrativos	28.000,84	29.304,70	30.671,47	32.104,21	33.606,10	35.180,48	36.830,85	38.560,90	40.374,47	42.275,60
VENTAS										
Sueldo para ventas	5.501,52	5.769,99	6.051,57	6.346,89	6.656,61	6.981,46	7.322,15	7.679,47	8.054,23	8.447,28
Promoción y Publicidad	1.320,00	1.384,42	1.451,98	1.522,83	1.597,15	1.675,09	1.756,83	1.842,56	1.932,48	2.026,79
Imprevistos 2%	136,43	143,09	150,07	157,39	165,08	173,13	181,58	190,44	199,73	209,48
Total gastos de ventas	6.957,95	7.297,50	7.653,62	8.027,11	8.418,84	8.829,68	9.260,56	9.712,48	10.186,45	10.683,55
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00	-	-	-	-	-
Total gastos financieros	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	58.523,08	60.904,68	63.416,43	66.064,67	68.856,00	71.872,40	75.271,14	78.834,87	82.571,61	86.489,76

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de asadores ecológicos, como se determina a continuación:

CUADRO N° 55
INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO DEL ASADOR	PRECIO DE VENTA	INGRESO TOTAL
1	58.523,08	1.442	40,58	58,85	84858,46
2	60.904,68	1.468	41,49	60,16	88311,79
3	63.416,43	1.494	42,45	61,55	91953,83
4	66.064,67	1.494	44,22	64,12	95793,77
5	68.856,00	1.494	46,09	66,83	99841,20
6	71.872,40	1.494	48,11	69,76	104214,98
7	75.271,14	1.494	50,38	73,05	109143,15
8	78.834,87	1.494	52,77	76,51	114310,57
9	82.571,61	1.494	55,27	80,14	119728,84
10	86.489,76	1.494	57,89	83,94	125410,15

ELABORACIÓN: La Autora

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 Nº 56
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	84858,46	88311,79	91953,83	95793,77	99841,20	104214,98	109143,15	114310,57	119728,84	125410,15
(-) Costo Total	58.523,08	60.904,68	63.416,43	66.064,67	68.856,00	71.872,40	75.271,14	78.834,87	82.571,61	86.489,76
(=) Utilidad Bruta Ventas	26.335,39	27.407,11	28.537,40	29.729,10	30.985,20	32.342,58	33.872,01	35.475,69	37.157,23	38.920,39
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	3.950,31	4.111,07	4.280,61	4.459,36	4.647,78	4.851,39	5.080,80	5.321,35	5.573,58	5.838,06
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	22.385,08	23.296,04	24.256,79	25.269,73	26.337,42	27.491,19	28.791,21	30.154,34	31.583,64	33.082,33
(-) 25% Impuesto a la renta	5.596,27	5.824,01	6.064,20	6.317,43	6.584,36	6.872,80	7.197,80	7.538,58	7.895,91	8.270,58
(=) Utilidad Neta	16.788,81	17.472,03	18.192,59	18.952,30	19.753,07	20.618,39	21.593,41	22.615,75	23.687,73	24.811,75
(-) 10% reserva Legal	1.678,88	1.747,20	1.819,26	1.895,23	1.975,31	2.061,84	2.159,34	2.261,58	2.368,77	2.481,18
(=) Utilidad Líquida	15.109,93	15.724,83	16.373,33	17.057,07	17.777,76	18.556,55	19.434,07	20.354,18	21.318,96	22.330,58

Elaboración: La Autora

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 se encuentra demostrado en el cuadro N° 57 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

**CUADRO Nº 57
FLUJO DE CAJA**

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	84858,46	88311,79	91953,83	95793,77	99841,20	104214,98	109143,15	114310,57	119728,84	125410,15
Valor Residual			529,95			612,41			721,44	3.124,00
TOTAL INGRESOS	84.858,46	88.311,79	92.483,78	95.793,77	99.841,20	104.827,39	109.143,15	114.310,57	120.450,28	128.534,15
EGRESOS										
Costo de Producción	58.523,08	60.904,68	63.416,43	66.064,67	68.856,00	71.872,40	75.271,14	78.834,87	82.571,61	86.489,76
Reinversiones				2.135,00			2.214,00			2327,00
EGRESOS	58.523,08	60.904,68	63.416,43	68.199,67	68.856,00	71.872,40	77.485,14	78.834,87	82.571,61	88.816,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	26.335,39	27.407,11	29.067,35	27.594,10	30.985,20	32.954,99	31.658,01	35.475,69	37.878,67	39.717,39
(-) 15% Utilidad Trabajadores	3950,31	4111,07	4360,10	4139,11	4647,78	4943,25	4748,70	5321,35	5681,80	5957,61
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	22.385,08	23.296,04	24.707,24	23.454,98	26.337,42	28.011,74	26.909,31	30.154,34	32.196,87	33.759,78
(-) 25% Impuesto a la renta	5596,27	5824,01	6176,81	5863,75	6584,36	7002,94	6727,33	7538,58	8049,22	8439,95
UTILIDAD NETA	16.788,81	17.472,03	18.530,43	17.591,24	19.753,07	21.008,81	20.181,98	22.615,75	24.147,65	25.319,84
Amortización	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Depreciaciones	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15	8.378,15
UTILIDAD LIQUIDA	7.960,66	8.643,88	9.702,28	8.763,09	10.924,92	12.180,66	11.353,83	13.787,60	15.319,50	16.491,69
FUJO NETO DE CAJA	7.960,66	8.643,88	9.702,28	8.763,09	10.924,92	12.180,66	11.353,83	13.787,60	15.319,50	16.491,69

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.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio se deriva de la clasificación de los costos fijos y variables.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple

transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

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

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

CUADRO Nº 58 : CLASIFICACIÓN DE COSTOS						
COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
Materia Prima Directa		2.509,40		3.036,27		3.853,04
Mano de Obra Directa		11.003,08		13.313,28		16.894,62
Mano de Obra Indirecta		6.556,41		7.932,99		10.067,00
Total costo primo	0,00	20.068,89	0,00	24.282,54	0,00	30.814,67
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de Maquinaria	810,00		810,00		810,00	
Depreciación de Herramientas	37,80		37,8		37,8	
Energía eléctrica		541,20		654,83		830,98
Agua potable		302,40		365,89		464,32
Suministros de producción	338,40		409,45		519,5944009	
Imprevistos 2%	40,60		45,56		53,25	
Total carga proceso de fabricación	1.226,80	843,60	1.302,81	1.020,72	1.420,65	1.295,30
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	20.724,08		25.075,29		31.820,67	
Depreciación de Muebles y Enseres	97,20		97,20		97,2	
Depreciación de equipos de computación	353,35		353,35		353,35	
Amortización de Activos Diferidos	465,00		465,00		465	
Útiles de oficina	1.619,40		1.906,15		2.337,02	
Útiles de Aseo	697,20		820,66		1.006,16	
Consumo telefónico	554,40		670,80		851,2504015	
Arriendos	3.000,00		3.629,88		4.606,33	
Imprevistos 2%	490,2126		587,77		738,61	
Total gastos administrativos	28.000,84	0,00	33.606,10	0,00	42.275,60	0,00
VENTAS						
Sueldo para ventas	5.501,52		6.656,61		8.447,28	
Promoción y Publicidad	1.320,00		1.597,15		2.026,79	
Imprevistos 2%	136,43		165,08		209,48	
Total gastos de ventas	6.957,95	0,00	8.418,84	0,000	10.683,55	0,00
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	1.425,00		225,00		0	
Total gastos financieros	1.425,00	0,00	225,00	0,00	0	0,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	37.610,59	20.912,49	43.552,74	25.303,26	54.379,80	32.109,97

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE:

* PE en función de la Capacidad Instalada

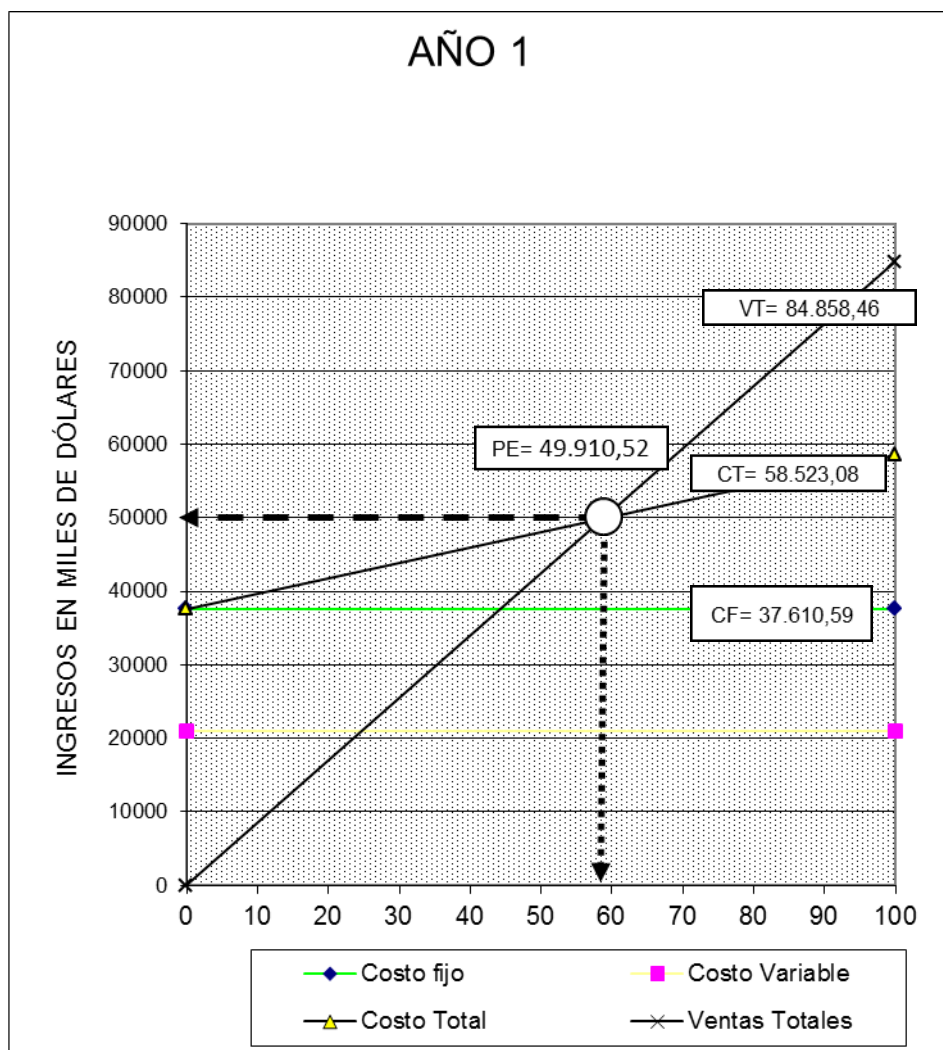
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{37610,59}{84858,46 - 20912,49} * 100 = \mathbf{58,82\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{37610,59}{1 - \frac{20912,49}{84858,46}} = \mathbf{49910,52}$$

ANÁLISIS: Cuando la empresa produzca más del 58,82% de su capacidad instalada, la empresa ganará y cuando esta produzca menos del 58,82% entrará en pérdida, y cuando la empresa venda más de 49.910,52 dólares, la empresa ganará y cuando esta venda menos de 49.910,52 dólares entrará en pérdida.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

AÑO 5

MATEMÁTICAMENTE:

* PE en función de la Capacidad Instalada

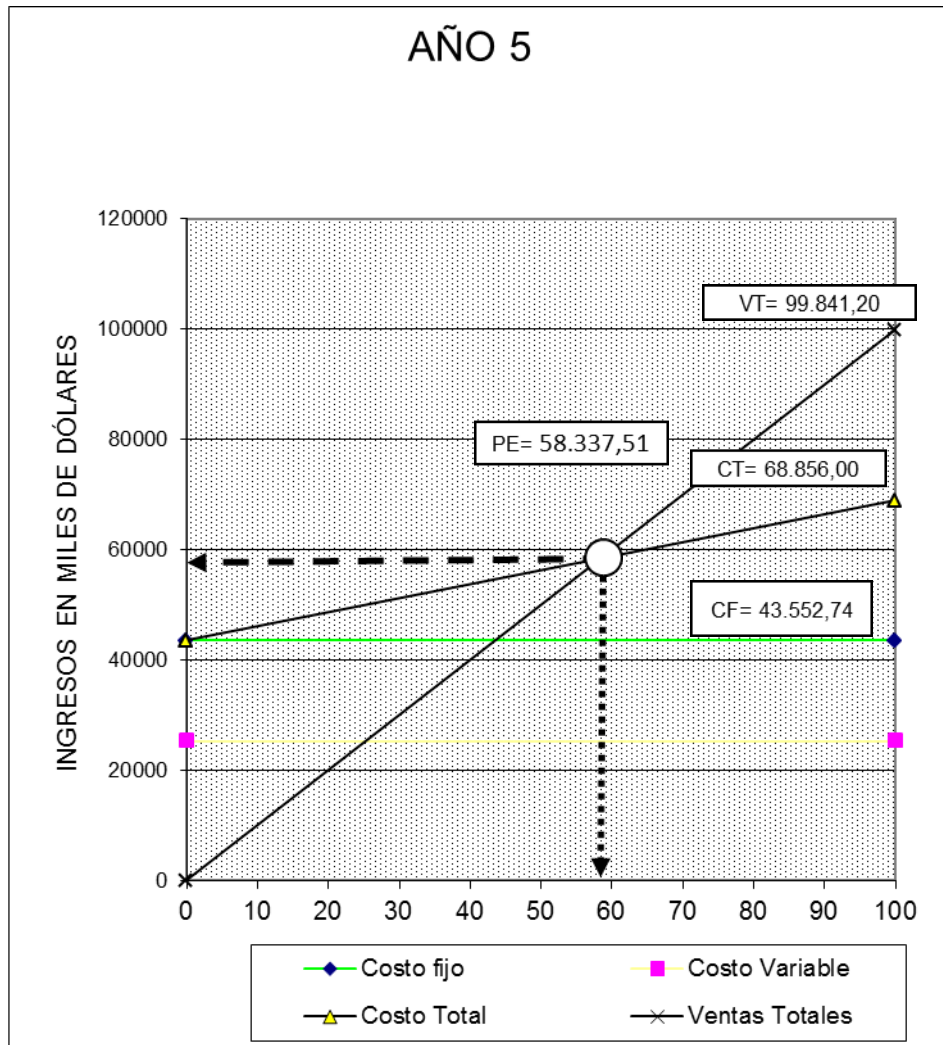
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{43552,74}{99841,20 - 25303,26} * 100 = \mathbf{58,43\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{43552,74}{1 - \frac{25303,26}{99841,20}} = \mathbf{58337,51}$$

ANÁLISIS: Cuando la empresa produzca más del 58,43% de su capacidad instalada, la empresa ganará y cuando esta produzca menos del 58,43% entrará en pérdida, y cuando la empresa venda más de 58.337,51 dólares, la empresa ganará y cuando esta venda menos de 58.337,51 dólares entrará en pérdida.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

AÑO 10**MATEMÁTICAMENTE:***** PE en función de la Capacidad Instalada**

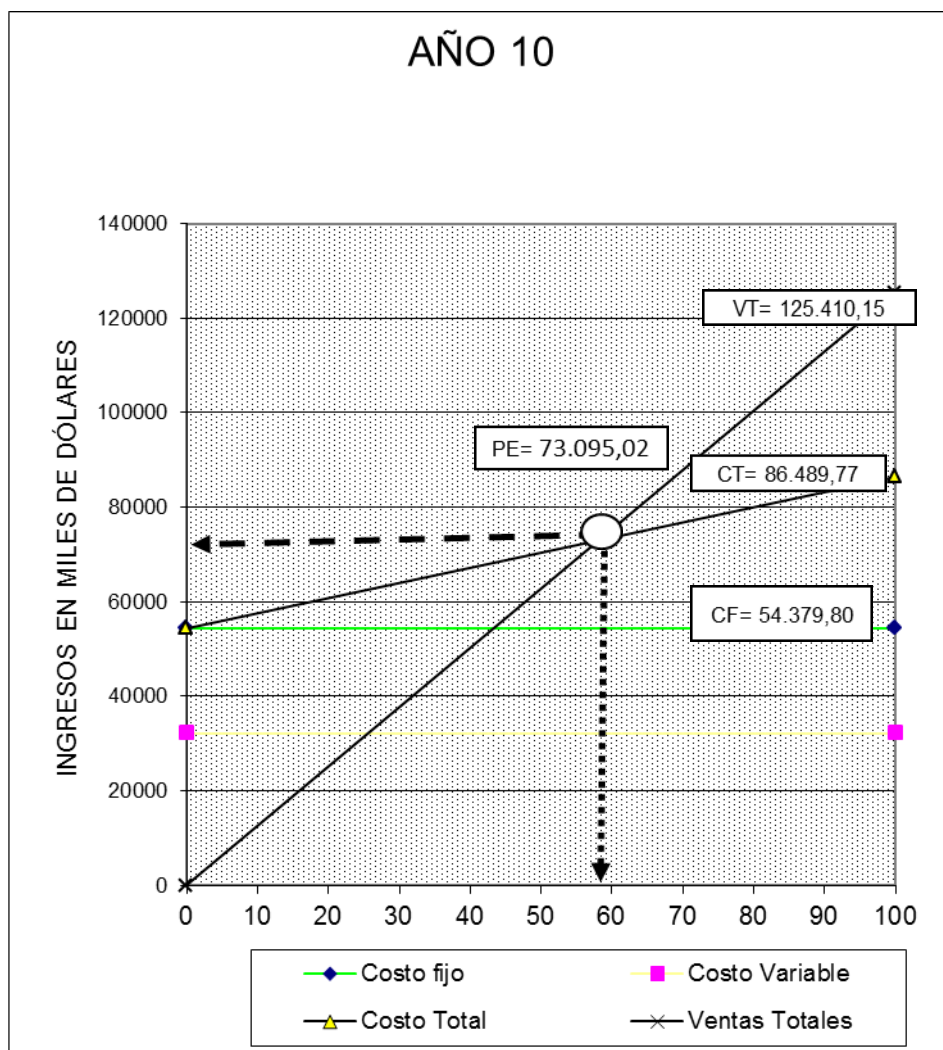
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{54379,80}{125410,15 - 32109,97} * 100 = \mathbf{58,28\%}$$

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

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{54379,80}{1 - \frac{32109,97}{125410,15}} = \mathbf{73095,02}$$

ANÁLISIS: Cuando la empresa produzca más del 58,58% de su capacidad instalada, la empresa ganará y cuando esta produzca menos del 58,28% entrará en pérdida, y cuando la empresa venda más de 73.095,02 dólares, la empresa ganará y cuando esta venda menos de 73.095,02 dólares entrará en pérdida.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión y saber si es procedente o no la implementación de la futura empresa como recompensa al riesgo de invertir su capital y su visión para los negocios de inversión.

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.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

En el presente proyecto se utiliza el 15% por ser este la tasa de oportunidad al que se obtiene el crédito.

Cuadro Nº 59
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	20.749,25		
1	7.960,66	0,869565217	6.922,31
2	8.643,88	0,756143667	6.536,02
3	9.702,28	0,657516232	6.379,41
4	8.763,09	0,571753246	5.010,32
5	10.924,92	0,497176735	5.431,61
6	12.180,66	0,432327596	5.266,03
7	11.353,83	0,37593704	4.268,33
8	13.787,60	0,326901774	4.507,19
9	15.319,50	0,284262412	4.354,76
10	16.491,69	0,240827971	3.971,66
			52.647,64
			20.749,25
			31.898,39

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

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 52.647,64 - 20.749,25$$

$$VAN = 31.898,39$$

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se acepta el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

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

Cuadro Nº 60
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		7.960,66	
2	20.749,25	8.643,88	16.604,54
3		9.702,28	26.306,82
4		8.763,09	35.069,91
5		10.924,92	45.994,83
6		12.180,66	58.175,48
7		11.353,83	69.529,31
8		13.787,60	83.316,92
9		15.319,50	98.636,42
10		16.491,69	115.128,11
		115.128,11	

$$\text{PRC} = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN-SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\text{SUMA AÑOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$\text{PRC} = 2 + \frac{20749,25 - 8643,88}{26306,82}$$

PRC =	2,46			2 Años
	0,46 * 12 =	5,52		5 Meses
	0,52 * 30 =	15,66		15 Días

TASA INTERNA DE RETORNO

Se interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Cuadro N° 61
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 44,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 45,00%	VAN MAYOR
0			20.749,25		20.749,25
1	7.960,66	0,6944444444	5.528,23	0,6896551724	5.490,11
2	8.643,88	0,4822530864	4.168,54	0,4756242568	4.111,24
3	9.702,28	0,3348979767	3.249,27	0,3280167289	3.182,51
4	8.763,09	0,2325680394	2.038,01	0,2262184337	1.982,37
5	10.924,92	0,1615055829	1.764,43	0,1560127129	1.704,43
6	12.180,66	0,1121566548	1.366,14	0,1075949744	1.310,58
7	11.353,83	0,0778865658	884,31	0,0742034306	842,49
8	13.787,60	0,0540878929	745,74	0,0511747797	705,58
9	15.319,50	0,0375610368	575,42	0,0352929515	540,67
10	16.491,69	0,0260840533	430,17	0,0243399666	401,41
			1,03		-477,87

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

$$\text{TIR} = 44 + 1,00 \left(\frac{1,03}{478,90} \right)$$

$$\text{TIR} = 44 + 1,00 (0,00)$$

$$\text{TIR} = 44 + 0,00 ($$

$$\text{TIR} = 44,00 \%$$

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

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

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

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 44%.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

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

CUADRO Nº 62
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	58523,08	0,8695652174	50889,63	84858,46	0,8695652174	73789,97
2	60904,68	0,7561436673	46052,69	88311,79	0,7561436673	66776,40
3	63416,43	0,6575162324	41697,34	91953,83	0,6575162324	60461,14
4	66064,67	0,5717532456	37772,69	95793,77	0,5717532456	54770,40
5	68856,00	0,4971767353	34233,60	99841,20	0,4971767353	49638,72
6	71872,40	0,4323275959	31072,42	104214,98	0,4323275959	45055,01
7	75271,14	0,3759370399	28297,21	109143,15	0,3759370399	41030,95
8	78834,87	0,3269017738	25771,26	114310,57	0,3269017738	37368,33
9	82571,61	0,2842624120	23472,01	119728,84	0,2842624120	34034,41
10	86489,76	0,2471847061	21378,95	125410,15	0,2471847061	30999,47
			340.637,79			493.924,79

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

$$R (B/C) = \frac{493924,79}{340637,79}$$

$$R (B/C) = 1,45 \quad \text{Dólares}$$

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su RBC es mayor a uno. También es importante decir que, por cada dólar invertido se recibirá 0,45 dólares de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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 34,50% en los costos y una disminución del 23,80% 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 34,50% y en un 3,80%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

CUADRO Nº 63
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 34,5 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 34,50%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 30,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 31,00%	VAN MAYOR
0						20.749,25		20.749,25
1	58.523,08	78.713,54	84.858,46	6.144,92	0,7692307692	4.726,86	0,7633587786	4.690,78
2	60.904,68	81.916,79	88.311,79	6.394,99	0,5917159763	3.784,02	0,5827166249	3.726,47
3	63.416,43	85.295,10	91.953,83	6.658,73	0,4551661356	3.030,83	0,4448218511	2.961,95
4	66.064,67	88.856,98	95.793,77	6.936,79	0,3501277966	2.428,76	0,3395586649	2.355,45
5	68.856,00	92.611,32	99.841,20	7.229,88	0,2693290743	1.947,22	0,2592050877	1.874,02
6	71.872,40	96.668,38	104.214,98	7.546,60	0,2071762110	1.563,48	0,1978664792	1.493,22
7	75.271,14	101.239,68	109.143,15	7.903,47	0,1593663162	1.259,55	0,1510431139	1.193,76
8	78.834,87	106.032,90	114.310,57	8.277,66	0,1225894740	1.014,75	0,1153000869	954,42
9	82.571,61	111.058,82	119.728,84	8.670,02	0,0942995954	817,58	0,0880153335	763,09
10	86.489,76	116.328,73	125.410,15	9.081,42	0,0725381503	658,75	0,0671872775	610,16
						482,55		-125,94
$\text{NTIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 30,00 + 1,00 \left(\frac{482,55}{608,48} \right) = \mathbf{30,79 \%}$								

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 44,00 - 30,79 = 13,21 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 13,21 / 44,00 = 30,02%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 30,02 / 30,79 = **0,99**

CUADRO Nº 64
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 23,8 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 23,80%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 30,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 31,00%	VAN MAYOR
0						20.749,25		20.749,25
1	58.523,08	64.662,15	84.858,46	6.139,07	0,7692307692	4.722,36	0,7633587786	4.686,31
2	60.904,68	67.293,58	88.311,79	6.388,90	0,5917159763	3.780,41	0,5827166249	3.722,92
3	63.416,43	70.068,82	91.953,83	6.652,38	0,4551661356	3.027,94	0,4448218511	2.959,13
4	66.064,67	72.994,85	95.793,77	6.930,18	0,3501277966	2.426,45	0,3395586649	2.353,20
5	68.856,00	76.079,00	99.841,20	7.222,99	0,2693290743	1.945,36	0,2592050877	1.872,24
6	71.872,40	79.411,81	104.214,98	7.539,41	0,2071762110	1.561,99	0,1978664792	1.491,80
7	75.271,14	83.167,08	109.143,15	7.895,94	0,1593663162	1.258,35	0,1510431139	1.192,63
8	78.834,87	87.104,65	114.310,57	8.269,78	0,1225894740	1.013,79	0,1153000869	953,51
9	82.571,61	91.233,37	119.728,84	8.661,76	0,0942995954	816,80	0,0880153335	762,37
10	86.489,76	95.562,54	125.410,15	9.072,78	0,0725381503	658,12	0,0671872775	609,58
						462,32		-145,58
$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = + 1,00 \left(\frac{462,32}{607,90} \right) = 30,76 \%$								

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 44,00 - 30,76 = 13,24 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 13,24 / 44,00 = 30,09%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 30,09 / 30,76 = **0,992**

h) CONCLUSIONES

- ✓ La actividad industrial constituye un campo de trabajo que aún falta explotar, especialmente mediante la parte Norte de la provincia de Morona Santiago, la cual permitirá dar solución al elevado índice de desempleo existente que azota a la sociedad actual.
- ✓ La puesta en marcha del presente proyecto de creación de una empresa productora de asadores ecológicos, permitirá satisfacer las necesidades del sector consumidor más exigente, pues le permite acceder al producto de acuerdo a su libre elección, obteniendo un producto de buena calidad, precio justo.
- ✓ En el análisis económico se puede advertir que el Valor Actual Neto del proyecto es de 31.898,39.
- ✓ La Tasa Interna de Retorno (TIR) equivalente a 44% es mayor al costo del capital, es decir, mayor al 15%, por lo tanto el proyecto es aceptado.
- ✓ De acuerdo a los cálculos efectuados para el presente proyecto se pudo deducir que el capital invertido es posible recuperarlo en 2 años, 5 meses y 15 días.

- ✓ Según el análisis de sensibilidad se logró establecer que el coeficiente de sensibilidad es 0,99, por lo tanto el proyecto no tiene ningún tipo de efecto al disminuir el 34,50% en los ingresos.

- ✓ Del análisis realizado se puede determinar que no existe impacto ambiental debido a que se realiza la producción en un circuito cerrado, donde no se afecta ni al ser humano ni al medio ambiente.

- ✓ Por último tal como lo demuestran los indicadores económicos y financieros, así como los recursos materiales, humanos, se comprueba que la ejecución del presente proyecto es factible.

i) RECOMENDACIONES

- ✓ Poner en ejecución y funcionamiento lo más pronto posible la empresa ya que permite generar fuentes de trabajo.

- ✓ Buscar y dar apoyo al sector productivo en los mercados locales y nacionales, tratando de impulsar la empresa como mecanismo innovador de consumo masivo de la ciudadanía.

- ✓ La inversión que se necesita para el presente proyecto no es muy elevada, por lo que es factible de tomar la decisión de riesgo de los inversionistas.

- ✓ Para el posicionamiento de la empresa, se tiene que planificar adecuadamente considerando las más elevadas exigencias del público, así como la calidad y el precio como estrategia de mercado.

- ✓ Socializar los resultados de la presente investigación a fin de motivar la inversión en la producción de asadores ecológicos de la ciudadanía.

j) BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

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

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 N° 1****FICHA DE RESUMEN****TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”

PROBLEMA

La provincia de Morona Santiago, se encuentra ubicada en la región oriental ecuatoriana, su capital es Macas, y está formada por doce cantones entre ellos Palora que se encuentra en la parte Noroccidente de la provincia anteriormente mencionada, su clima es Húmedo Tropical, se caracteriza por poseer una gran biodiversidad de flora y fauna, por ser un lugar muy acogedor, permanentemente existe la presencia de turistas nacionales e internacionales, los mismos que realizan pernoctaciones en diferente lugares, convirtiéndoles en sitios de preparación de alimentos al aire libre, dando como resultado la contaminación del medio ambiente.

De ahí la inclinación directa sobre el proyecto de factibilidad para **“LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”** y evitar en parte la contaminación del aire, como también la destrucción de la naturaleza, con estos antecedentes el objetivo fundamental esta en que la preparación de

alimentos de diferentes tipos de carnes u otros se lo realice en base a la utilización de los asaderos ecológicos.

Por lo tanto es necesario y fundamental la presencia de la empresa productora, la misma que permitirá en un tiempo no muy lejano efectuar una efectiva comercialización a la población como al turista que nos visita, con la presencia de la empresa es lógico pensar que en el cantón Palora se creara fuentes de trabajo a personas de la localidad y fuera de su entorno, mejorando los ingresos económicos a la población del sector, tanto para hombres y mujeres, logrando que el lugar se convierta en un medio productivo y comercial, con personas decididas y emprendedoras.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Organizar la creación de una empresa de producción de asadores ecológicos para su comercialización en el cantón Palora, provincia de Morona Santiago

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita obtener datos específicos para la creación de una empresa de producción de asadores ecológicos para la comercialización en el cantón Palora provincia de Morona Santiago.
- Diseñar un estudio técnico del tamaño, localización y distribución de la planta para el funcionamiento del proyecto en estudio.

- Elaborar un modelo de organización administrativa para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.
- Realizar un Estudio Económico Financiero, que permita determinar la inversión del proyecto y los presupuestos.
- Efectuar la evaluación financiera del proyecto a través de los diferentes indicadores como son el VAN, el TIR, RBC, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

METODOLOGÍA.

En el proyecto sujeto de investigación se utilizarán los siguientes métodos:

- **Método Científico**

El investigador conoce el problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural, sin alteración de las condiciones naturales, es decir que la observación tiene un aspecto contemplativo.

La observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y, a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado de conocimiento.

- **Método Inductivo**

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permitirá la formación de objetivos, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

- **Método Deductivo**

Con este método se realizará el estudio general del manejo y administración de las empresas como la de jugo de pulpa de arazá de la información teórica existente, para seleccionar lo que se puede aplicar en esta investigación con la finalidad de llegar a conclusiones que demuestren la eficiencia en la administración de la empresa para llegar a obtener los objetivos deseados.

- **Método Analítico**

Su aplicación se hará en el momento de elaborar un Flujo de Procedimientos para la creación y administración de la empresa de jugo de pulpa de arazá, determinando las causas y efectos que sirven para la interpretación de los resultados.

- **Método Histórico**

Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia.

- **La Medición**

Se desarrolla con el objetivo de obtener la información numérica acerca de una propiedad o cualidad del objeto o fenómeno, donde se comparan magnitudes medibles y conocidas. Es decir es la atribución de valores numéricos a las propiedades de los objetos.

- **Método Estadístico**

Este método facilitara la representación gráfica en la producción de porcentajes para la obtención de resultados.

TÉCNICAS

Encuestas

Estas serán aplicadas a los posibles clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto. Además serán aplicadas a las familias del cantón Palora ya que ellas serán las personas que adquieran el producto.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado local, se utilizará información suministrada por el INEC, Censo de 2010, proyectado para 2013 con una tasa de crecimiento del 0,03%.

Población y Muestra

El cantón Palora en la actualidad cuenta con 6936 habitantes, por lo tanto con la creación de la empresa de producción de asaderos ecológicos, permitirá contrarrestar diferentes tipos de contaminación en la naturaleza, entre otras. De la misma manera cubrirá las necesidades de falta de empleo de la población, la misma que generara ingresos económicos a los diferentes hogares de la provincia de Morona Santiago sus cantones y alrededores, de igual manera la misma que se aplicará a los posibles demandantes en un total de 6.936 habitantes del Cantón.

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 326.

La Muestra

Es un subconjunto representativo de la población o del conjunto universo. Los estudios que se realizan en una muestra se puede generalizar a la población por procedimientos estadísticos es decir hacer extensivos sus resultados al universo por lo que una muestra debe tener dos características básicas tamaño y representatividad. Tamaño de la muestra constituye el

número de sujetos que deben seleccionarse de una población o universo, éste número se puede calcular por diferentes fórmulas, pero en nuestro trabajo investigativo obtendremos el tamaño de la muestra en base a una población de 6936 habitantes.

Determinación del Tamaño de La Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se toma como base la población del cantón Palora, según el censo poblacional del año 2.010, publicado por el INEC, se ha podido determinar que la población es de 6.936 habitantes, con una tasa de crecimiento anual del 0,3% en la población, a esta población se la proyecta para el año 2013.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

FORMULA

$$P_{2013} = 6.936(1+0.003)^3$$

$$Pf_{2013} = 6.936 (1.003)^3$$

$$Pf_{2013} = 6.999 \text{ habitantes}$$

$$Pf = P_0 (1+r)^n$$

A esta población se la divide para 4 integrantes por familia, lo que determina 1.750 familias.

Aplicando la formula se tiene:

Fórmula

n= tamaño de la muestra

N = tamaño de población

1 = constante

(e) = margen de error.

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

$$n = \frac{1.750}{5,375} n = 326$$

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 326.

ANEXO # 2

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES**

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE ASADORES ECOLÓGICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Cuántos miembros de familia componen su hogar?

De 1 a 2	()
De 3 a 4	()
De 5 Más	()

2. Señale el ingreso económico mensual de su familia.

\$ 100 - \$ 400	()
\$ 401 - \$ 700	()
\$ 701 - \$ 1000	()
\$ 1001 - \$ 1300	()
\$ 1300 en adelante	()

3. ¿Consume usted o su familia asados?

SI	()
NO	()

4. ¿Utiliza usted o su familia un asador casero?

SI	()
NO	()

5. ¿Con qué frecuencia compra un asador para su hogar?

SEMESTRAL	()
ANUAL	()
CADA DOS AÑOS	()

MÁS DE DOS AÑOS ()

6. ¿Cuál es el precio que pagó por el asador?

\$ 20 a \$ 50 ()

\$ 51 a \$ 80 ()

\$ 81 a \$ 110 ()

Más de \$ 110 ()

7. ¿En dónde adquirió el asador?

ALMACEN ()

HERRERIA ()

OTROS ()

8. ¿Si se crearía una empresa productora de asadores ecológicos en la ciudad de Palora, respaldaría usted la empresa con la adquisición del mismo?

SI ()

NO ()

9. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que le informaran de la empresa productora y comercializadora de asadores ecológicos?

TELEVISIÓN ()

RADIO ()

PRENSA ESCRITA ()

OTROS ()

10.- ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría recibir cuando

compre en la empresa?

SORTEOS MENSUALES	()
DESCUENTOS PERSONALES	()
RIFAS	()
OTROS	()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 3

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

VALOR DEL ACTIVO: 9.000,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	9.000,00	900,00		8.100,00
1	8.100,00		810	7.290,00
2	7.290,00		810	6.480,00
3	6.480,00		810	5.670,00
4	5.670,00		810	4.860,00
5	4.860,00		810	4.050,00
6	4.050,00		810	3.240,00
7	3.240,00		810	2.430,00
8	2.430,00		810	1.620,00
9	1.620,00		810	810,00
10	810,00		810	0,00

ANEXO Nº 4

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO: 420,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	420,00	42,00		378,00
1	378,00		37,8	340,20
2	340,20		37,8	302,40
3	302,40		37,8	264,60
4	264,60		37,8	226,80
5	226,80		37,8	189,00
6	189,00		37,8	151,20
7	151,20		37,8	113,40
8	113,40		37,8	75,60
9	75,60		37,8	37,80
10	37,80		37,8	0,00

**ANEXO Nº 5
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

VALOR DEL ACTIVO: 1.590,00				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL		33,33% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.590,00	529,95		1.060,05
1	1.060,05		353,351	706,70
2	706,70		353,351	353,35

**ANEXO Nº 6
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES**

VALOR DEL ACTIVO: 1.080,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10,00% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.080,00	108,00		972,00
1	972,00		97,2	874,80
2	874,80		97,2	777,60
3	777,60		97,2	680,40
4	680,40		97,2	583,20
5	583,20		97,2	486,00
6	486,00		97,2	388,80
7	388,80		97,2	291,60
8	291,60		97,2	194,40
9	194,40		97,2	97,20
10	97,20		97,2	0,00

ANEXO Nº 7
AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	4650,00	465,00	4.185,00
2	4.185,00	465,00	3.720,00
3	3.720,00	465,00	3.255,00
4	3.255,00	465,00	2.790,00
5	2.790,00	465,00	2.325,00
6	2.325,00	465,00	1.860,00
7	1.860,00	465,00	1.395,00
8	1.395,00	465,00	930,00
9	930,00	465,00	465,00
10	465,00	465,00	0,00

FUENTE: Cuadros Nº 32

ELABORACIÓN: La Autora

I) INDICE

Portada	i
Certificación	ii
Carta de Autorización	iii
Autoría	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
a. Título	1
b. Resumen	2
c. Introducción	9
d. Revisión de Literatura	12
e. Materiales y Métodos	44
f. Resultados	48
g. Discusión	61
h. Conclusiones	158
i. Recomendaciones	160
j. Bibliografía	161
k. Anexos	164
Índice	177