



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

TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE CULTIVO DE CHONTACUROS Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA
PROVINCIA DE ORELLANA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

Mirian Carmita Maza Romero

DIRECTOR:

Ing. Com. Mgs. Edison V. Espinosa B.

Orellana - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

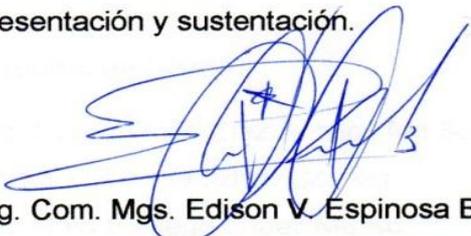
Ing. Com. Mgs.

Edison V. Espinosa B.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que una vez revisado el trabajo de investigación denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CULTIVO DE CHONTACUROS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA**" realizado por la Sra. Egresada de la Carrera de Administración de Empresas Mirian Carmita Maza Romero, ha sido realizada bajo mi dirección, el mismo que se encuentra dentro de los parámetros legales de graduación de la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación y sustentación.


Ing. Com. Mgs. Edison V. Espinosa B.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

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

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

AUTORA: Mirian Carmita Maza Romero

FIRMA:

CÉDULA DE IDENTIDAD: 210008895-5

FECHA: Loja, 2 de marzo del 2015

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

Yo, Mirian Carmita Maza Romero, declaro ser autora de la tesis titulada: presente trabajo de **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CULTIVO DE CHONTACUROS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA”** como requisito para optar por grado de Ingeniera Comercial autorizo, por lo que autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización firmo, en la ciudad de Loja a los 2 días del mes marzo del dos mil quince, firma la autora.

Firma: 

AUTORA: Mirian Carmita Maza Romero

CÉDULA: 210008895-5

DIRECCIÓN: Provincia de Orellana

CORREO ELECTRÓNICO: mirianmaza@yahoo.com

TELÉFONO: 062880276

MÓVIL: 0995449831

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Com. Mgs. Edison V. Espinosa B.

Tribunal de Grado:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg.Sc.

Presidente

Dr. MAE. Luis Quizhpe Salinas

Vocal

Ing. Galo Salcedo López Mg.Sc.

Vocal

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por darme la vida, la oportunidad de ser cada día un excelente ser humano y sobre todo permitirme poder culminar una meta más en mi vida.

A mis padres y hermanos

Por apoyarme y brindarme la confianza incondicional de estar siempre a mi lado cuando los necesite.

A mi esposo e hijas

Por creer y apoyarme incondicionalmente en cada momento que los necesite, en la culminación de esta etapa.

Al Ing. Edison Espinosa Bailón

Por ser el profesor, el tutor incondicional que me apoyo en cada momento que lo necesité para la realización de mi proyecto.

A los profesores

Por compartir sus conocimientos en todos estos cinco años en las aulas de la Universidad, por enseñarme a ser una profesional correcta, agradeciendo de corazón a todos los ingenieros que me apoyaron en la elaboración y culminación de este proyecto.

Mirian C. Maza R.

DEDICATORIA

El trabajo constante conlleva al triunfo, pero sin el apoyo de las personas que creyeron y me apoyaron en este sueño no fuera posible la culminación del mismo, es a quien yo dedico este trabajo.

A mis padres y hermanos

A quienes me inculcaron valores de responsabilidad y lucha constante para lograr culminar con mis estudios.

A mi esposo e hijas

A quienes me apoyaron incondicionalmente día tras día en el logro de esta meta.

Mirian C. Maza R.

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CULTIVO DE CHONTACUROS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA”.

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CULTIVO DE CHONTACUROS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA”** tiene como objetivo fundamental la producción y comercialización de chontacuros para satisfacer necesidades alimenticias de la provincia de Orellana.

Para la realización del presente trabajo se planteó objetivos claramente definidos en función al estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y a la evaluación financiera.

En relación al estudio de mercado se aplicaron 231 encuestas que corresponde a una muestra de 544 locales de expendio de comida típica de la provincia de Orellana, lo que permitió determinar la demanda chontacuros; así mismo se aplicaron entrevistas a los comercializadores de este producto objeto de estudio, con la finalidad de obtener información sobre la oferta.

En el estudio técnico se determinó la capacidad instalada y utilizada, a través del tamaño del terreno y su plantación, dando una producción anual de 114400 libras.

Así mismo el presente trabajo consta de una estructura organizativa, con su respectiva base legal, así como los organigramas y manual de funciones.

En el aspecto financiero, el monto total de la inversión es de \$.176240,60, el mismo que es financiado el 29,40% con la aportación de los socios y el 71% con un crédito otorgado por el Banco de Fomento, con una tasa de interés del 12,5% y a 5 años plazo.

En lo que respecta a la evaluación financiera tenemos que el proyecto es factible, ya que los resultados de la misma son favorables, dichos resultados son los siguientes: VAN de \$.51.889,03,91; TIR del 23,58%; RELACION BENEFICIO-COSTO de 1,75 dólares americanos; una SENSIBILIDAD en el incremento en los costos del 34,27% y una disminución en los ingresos del 19,58%, EL PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL, se lo hará en 2añoa, 9 meses y 25 días.

Por último se hace constar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

This research work entitled "Project of feasibility for the creation of a microenterprise of CULTIVATION of CHONTACUROS and your marketing in restaurants of food typical of the ORELLANA province" has as its main objective the production and marketing of chontacuros to meet food needs of the province of Orellana.

For the realization of this work was raised clearly defined objectives according to the study of market, technical study, financial study and financial evaluation.

In relation to the market study applied 231 surveys that correspond to a sample of 544 local typical food of the province of Orellana dispensing, which allowed to determine the demand chontacuros; the same applied interviews with marketers of this product under study, with the purpose of obtaining information about the offer.

The technical study determined the capacity installed and used, through the land size of the land and planting, giving an annual production of 114400 pounds.

Likewise the present work consists of an organizational structure, with its respective legal basis, as well as charts and manual functions. In financial

terms, the total amount of investment is \$176240,60, which is funded 29% with the contribution of partners and 71% with a credit granted by the Bank of development, with a rate of 12.5% and 5-year. In regards to the financial evaluation, we have that the project is feasible, since the results are favorable, such results are as follows: range from \$. 51.889,03; 23,58% IRR; Benefit-cost ratio of 1.75 dollars; a sensitivity in the increase in the costs of 34,27% and a decrease in revenues of 19,58%, the PERIOD of recovery of CAPITAL, it will be in 2 year, 9 month and 25 days.

Finally, it is noted the respective conclusions and recommendations.

c. INTRODUCCIÓN

El comercio entre sus múltiples formas y características a nivel mundial identifica a poblaciones del viejo y nuevo continente, en esta última región cada uno de sus países tiene áreas específicas de comercio que los identifican de los demás, entre otras, el turismo y la gastronomía destacan como parte de su cultura y dentro de un mismo país existen particularidades propias representadas por paisajes, ríos, construcciones, flora, fauna, platos típicos, etc. siendo factores muy atractivos para las personas de origen europeo y de los mismos poblados, generando movimientos económicos de gran magnitud .lo que trae como consecuencia el conocer lugares y adaptarse a la cultura del consumo de alimentos de cada una de las regiones.

Nuestro país, que se halla entre los pueblos subdesarrollados podemos avizorar que la cultura del turismo y por ende el consumo de alimentos va creciendo permanentemente, y prueba de ello, los gobiernos de turno realizan estrategias con el fin de aprovechar días festivos, fiesta religiosas, actos deportivos, entre otros y poder trasladarse los ciudadanos de una región a otra y viceversa trayendo como consecuencia directa el consumo de alimentos propios de cada zona o lugar. Actualmente llama la atención, la preferencia por la petición de platos exóticos que son parte de la cultura de algunas regiones, sin embargo, gran parte de las poblaciones no han

tenido la oportunidad de conocerlos o consumirlos, así por ejemplo, en la región de la amazonia, concretamente en la provincia de Orellana entre otros platos exóticos, se halla el consumo de carne de reptiles, ciertas variedad de monos, capibara, guanta, hormigas ucui, tilapia etc., pero ante esta variedad se destaca el consumo del plato de chontacuro (*Rhynchophorus palmarum*), cuya exquisitez y riqueza nutricional lo ha hecho muy apetecido por personas de la localidad, de otras ciudades y extranjeros lo que ha motivado su investigación en diferentes ámbitos.

Con estos antecedentes y frente a la oportunidad de abrir mercado con respecto a la explotación de recursos naturales de la región de manera sustentada, en cuanto a gastronomía se refiere, se hace imperativo la producción y comercialización del chontacuro en los diferentes locales de expendio de comidas típicas

Lo que se busca con el presente proyecto es el de abastecer a la mayoría de los negocios de comidas típicas de chontacuros, como otra alternativa en la gastronomía, en óptimas condiciones, representando una puerta para el desarrollo turístico y gastronómico para la provincia y la región.

El presente trabajo se inicia con la introducción, en la que se presenta la importancia del tema y todos los apartados que ella la conforman, mediante una Revisión de Literatura donde se abordan todas las fases del estudio de factibilidad que abarca el proyecto.

La Metodología que se utiliza en este proyecto se presenta las técnicas de recolección de información y cuyos métodos de investigación que se utilizaron para dar a conocer los respectivos resultados que se los analiza mediante las técnicas de investigación, la información obtenida se aplica a los estudios de mercado, técnico, organizacional, financiero y sensibilidad del proyecto. La discusión de los resultados es donde se procede a dar respuesta a los objetivos planteados en el trabajo investigativo.

En una forma resumida se presentan las conclusiones de cuyos resultados se obtuvieron en el desarrollo de la presente investigación, mientras que las recomendaciones que se realizan son sugerencias que se propone a los futuros inversionistas.

En la bibliografía se hace constar todo lo que se obtuvo con respecto a libros, revistas, páginas web, de donde se recopiló la información necesaria para la elaboración del presente estudio.

Para concluir el presente proyecto se presenta los anexos, donde se incluyen datos y documentos que sostienen los valores presentados y sirven de guía.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

La entomofagia.

“La entomofagia es el arte de comer insectos, una moda que consume al lado occidental pero que lleva siglos en el lado oriental, pues es parte de su dieta. Podemos ver como en Tailandia saltean escarabajos al wok y en la India insertan gusanos de seda en palillos para asarlos y como en tribus del África cocinan Tarántulas para alimentar a la familia completa. Todo ha surgido por la simple necesidad de encontrar nuevas fuentes proteicas fuera de la carne para nutrir nuestro cuerpo. Como en México que han consumido Chapulines y huevos de hormiga en sus tacos y enchiladas¹”.

Escarabajos y otros coleópteros)

“De Foliart (2004) reporta que diferentes tipos de escarabajos han sido reportados como alimento en Brasil, pero se desconoce la identidad taxonómica a nivel de especie de la mayoría de ellos.

Lenko y Papavero (1996) reportan que las larvas de Scarabaeidae y Buprestidae son, tal vez, las más importantes fuentes alimenticias en materia

¹LONG JEANET. “Conquista y comida”. Tercera edición. México 2003. Pág.91

de insectos. Los Tucano aprecian las larvas del escarabajo *Geniatosomanigrum* (Ohaus) de la subfamilia. Según Chagnon (1968) los Yanomamo de Venezuela y Brasil extraen y preparan las larvas de brúquidos que infestan los frutos caídos de las palmas. Viveros de Castro (1992) señala que las larvas de *Pachymerus nucleorum* Fabricius, que se localizan en los frutos de **babaçu** (*Attaleaspeciosa* Mart. ex Spreng.), son ítems alimenticios importantes para los Araweté del estado de Pará. Los indios Suruí, del Parque Indígena Aripuanã, en Rondonia, Brasil, consumen larvas de Bruchidae de las especies *Pachymerus cardo* Fahraeus y de *Caryobruchussp.*, denominadas **Kadegy** obtenidas del coco de la palma **babaçu** (*A. speciosa*). Los “Kadeg” pueden ser consumidos crudos o asados en su propia grasa. Las larvas fritas son muy apreciadas como acompañamiento del maíz asado, palomitas o mezclados con atole de granos de maíz tiernos (Coimbra Júnior, 1984).

Bondar (1928 in Lenko y Papavero, 1996) afirma que en el estado de Bahía, como en todo el Norte de Brasil, los **bichos-del-coco** (*Pachymerussp.*) son de los insectos más populares entre los indígenas y campesinos. La gente del medio rural los obtiene quebrando los cocos de **babaçu** (*A. speciosa*), de **piaçava** (*A. funifera* Mart.) o de **licuri** (*Syagrusc coronata* (Mart.) Becc.), para extraer la preciosa almendra oleaginosa y encuentra, en más de una tercio de los casos, las larvas de *P. nucleorum* y no la almendra, perdiendo así una buena parte de los ingresos de su trabajo, cuando lo que buscan es la semilla. La gente piensa que la larva es natural del coco, es decir, que nace

del coco mismo. Explicación justifica su aprovechamiento en la alimentación. La larva, cuando está bien frita, constituye un plato muy buscado por los campesinos. Como *P. nucleorum* se nutre del endocarpio del coco, su sabor es delicado y exquisito, ya que los sabores son dados por las especies lipídicas que constituyen sus grasas, que son transferidas y sinergizadas en el propio insecto. Las larvas son comidas crudas o fritas en su propio aceite y tienen sabor a coco, según sus degustadores.

Netolitzky (1920) comenta que las larvas de *Megasomaanubis* Chevrolat son asadas sobre carbones ardientes, igualmente las larvas de *Macrodoniacervicornis* L. (Cerambycidae), que viven en los árboles de *Bombaxsp.*, sonasadas en una cacerola sobre carbón. Este autor también reporta el consumo de las larvas de *Megasomahector* Goryen el estado de Minas Gerais. Larvas de coleópteros que son encontradas en las palmas **buriti** (*Maurita flexuosa* L.) son asadas y comidas por los Tú kuna (Nimuendajú, 1952). Larvas de escarabajos también son comidas por los Desâna (Ribeiro y Kenhíri, 1987). Reitter (1972 in Lenko y Papayero, 1996) indicó que algunos indios comían las larvas de *Dynasteshercules* (L.) creyendo que los poderes especiales asociados con el tamaño de estos animales (casi 150 mm) podrían ser adquiridos consumiéndolos, mientras que los Yanomamo preparan larvas (probablemente de Scarabaeidae) de buen tamaño, cocidas o asadas. Se dice que su carne blanca y tierna tiene sabor de tocino.

De los insectos comestibles de Sudamérica, el gorgojo de la palma, *Rhynchophorus*(= *Calandra*) *palmarum*L. (Curculionidae), parecería tener el potencial más grande de producción en masa y de comercio. Este insecto desde hace mucho tiempo es "semi-cultivado" por poblaciones indígenas en Brasil (Chagnon, 1968). Wallace (1854) discutió sobre el consumo de larvas de coleópteros, que él creía eran probablemente una especie de *Calandra*. Los Suruí también consumen las larvas de *R. palmarum* y *Rhinostomus barbirostris*(Fabricius). Para obtener las larvas de *R. palmarum*, ellos derrumban el árbol *Jaracatiadodecaphylla*A.DC. (Caricaceae), que denominan **íhbôga**, y después de dos a tres meses vuelven al lugar para recolectar a las larvas que se encuentran dentro del tronco, las cuales son transportadas vivas para el consumo de toda la tribu, una vez fritas. Las larvas de *R. barbirostris* son recolectadas del estípite podrido de la palma *Maximilianamaripa*(Aubl.) Drude, denominada **yoí** por los Suruí y derrumbada intencionadamente con este objetivo. Ellas pueden ser comidas crudas o fritas (Coimbra Júnior y Santos, 1993).

Los adultos de *Ulomoides dermestoides*(Fairmaire) (Tenebrionidae) (Fig. 3), se comen como fortificante energético (El antiguo género *Palembus* Casey fue sinonimizado por Doyenet al. (1989)). Conocido como el "bichito del amor", este insecto aún es cultivado a nivel familiar como un recurso nutracéutico, pues es consumido como un fortificante y para el tratamiento de la impotencia sexual, inflamación de ojos y reumatismo (Costa Neto, 1999).

En Presidente Prudente, San Paulo, se consumen el **bago**, es decir, la larva no identificada de un coleóptero (Lenko y Papayero, 1996). Métraux (1963 *in* Schorr y Schmitz, 1975) reporta que entre los Kaingang del sur de Brasil "la miel de abejas sin aguijón y las larvas del escarabajo **tumbu**, que son encontradas con facilidad en los troncos caídos de palmas y bambúes, son alimentos apreciados"².

Los gusanos anélidos o *Rhynchophorus palmarum* (nombre científico).

“Llamado también picudo del cocotero, gorgojo del cocotero, picudo de la palma.

Distribución: américa tropical.

Hospedantes; caña de azúcar, coco, palma aceitera, papaya, pejibaye, piña.

Ciclo de vida:

Huevo: (3 -5) 2 -3 mm de longitud por 0,7 -1 mm de ancho; al inicio es cilíndrico, después se torna semi -ovalado; corion liso y blanco crema brillante, en uno de sus extremos tiene un mucílago pardo oscuro, con el

² COSTA NETO ERALDO M. & RAMOS-ELORDUY JULIETA *Boletín Sociedad Entomológica Aragonesa*, No. 138 (2006), pág., 426

cual se adhiere a las paredes de la galería donde será ovipositado. Son depositados en el cogollo, en la base o en cualquier tejido fresco o blando de la planta; para ello, la hembra perfora un agujero con el rostrum, después se da vuelta e introduce el ovipositor en el agujero, depositando el huevo en el tejido tierno de la corona del cocotero o en heridas del tronco. Una hembra puede ovipositar un promedio de 144 huevos a lo largo de su vida; sin embargo, se han registrado números más elevados de huevos.

Larva: (40 -70) 74 -78 mm de longitud y 25 mm de ancho, pesan de 9 a 39 g. Apoda, con 13 segmentos arrugados, pasa por ocho o nueve instares; los primeros son blanco crema, la cabeza está semi – esclerotizada y es caoba claro; en instares más avanzados son amarillo tenue, con la cabeza fuertemente esclerotizada, pardo oscura, y mandíbulas negras y fuertes. En cada segmento torácico tienen un par de muñones musculares amarillos, con cuatro pliegues fuertes. Pequeñas manchas laterales amarillo oscuro; pronote grande, con dos manchas dorsales quitinosas transverso – oblicuas amarillo oscuro. Los otros dos segmentos son angostos y poco visibles dorsalmente. En el 8^o y 9^o segmento del dorso del abdomen hay manchas negras irregulares y seis cerdas; el último segmento tiene forma de espátula esclerotizada, dorsalmente es cóncavo y ventralmente convexo, con cuatro pliegues y etas táctiles. La larva madura forma un cocón o capullo con fibras del coco o la palma aceitera, en el cual se introduce para transformarse en pupa.

Pupa: 80 mm de longitud y 35 mm de ancho; parda; empupa en un capullo fuerte y fibroso tejido por la larva. Puede encontrarse en la periferia del tallo, el cogollo, los peciolos de las hojas o en los tejidos del tronco en descomposición.

Adulto: 30 – 44 mm de longitud y 8 -15 mm de ancho; negro, usualmente no brillante. La cabeza se prolonga en un pico (rostrum) alargado y levemente curvado. Las antenas son geniculados y terminan en mazos. El protórax, casi plano y liso en el dorso y hexagonal y delgado a medida que se acerca a la cabeza, está cubierto por muchas setas negras, cortas y densas, que le dan una apariencia aterciopelada. El meso y metatórax invaden la región abdominal; los dos primeros segmentos abdominales, que son cortos, están situados sobre el tórax. Son de hábitos nocturnos; su ciclo de vida tienen una duración promedio de 100 -140 días”³.

Composición química

“Composición química proximal de larvas de *Rhynchophorus palmarum*.

Parámetros	Porcentaje	% en base seca
Humedad	70,28	-
Proteínas	7,25	24,41
Grasas totales	14,10	47,41
Cenizas	0,82	2,27

³ COTO DANIEL Y SAUNDERS JOSEPH L., Insectos plagas de cultivos perennes con énfasis en frutales en América Central, Costa Rica 2004, pág. 126 -127

A objeto de visualizar las bondades nutritivas de estas larvas, se realizó un análisis bromatológico, en el Laboratorio de Tecnología de Alimentos de la Universidad Simón Bolívar.

Los resultados, indican que el contenido de proteínas, en base seca, es bajo en relación a otras especies del mismo orden. Elorduy (1987) registra un promedio de 39,97% de proteína, en base seca, para seis escarabajos. No obstante, su excelente sabor, el contenido de grasas y los 4,17 mg de hierro, en base húmeda, obtenidos en este trabajo, favorecen la ingestión y su valor alimenticio”4.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Empresa

“Es la entidad que proporciona al individuo los productos y servicios que satisfacen sus necesidades. Para ello, se encargan de elegir y combinar unos recursos a los que, mediante la aplicación de una determinada tecnología, somete a unos procesos de transformación física, química o espacial, para hacerlos útiles para el consumidor de los mismos.

4SÁNCHEZ PEDRO A., JAFFÉ KLAUS, HEVIA PATRICIO. Consumo de insectos: alternativa alimentaria del neotrópico .Boletín de Entomología. No. 12. Venezuela 1997.pág. 126 -127

Microempresa

La micro Empresa o pequeña empresa es aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.”⁵

Administración de empresas.

“La palabra administración proviene del latín (ad, dirección hacia, tendencia; minister comparativo de inferioridad, y el sufijo ter, que indica subordinación u obediencia, es decir, quien cumple una función bajo el mando de otro, quien le presta un servicio a otro) y significa subordinación y servicio. En su origen, el término significaba función que desempeña bajo el mando de otro, servicio que se presta a otro.

La tarea de la administración consiste en interpretar los objetivos de la empresa y transformarlos en acción empresarial mediante planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas en las diversas áreas y niveles de la empresa para conseguir tales objetivos. Por tanto, administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el

⁵ ALONSO RODRÍGUEZ MIGUEL ÁNGEL, Fundamentos de gestión empresarial, edic. Pirámide, España 2005, págs. 27-28

empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia”⁶.

Proyecto.

“Descrito de forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

Es esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que esta sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y

⁶ CHIAVENATO IDALBERTO. Administración Proceso Administrativo. Tercera edición. edit. McGRAW-HILL 2001, pág. 3

rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa”⁷.

Estudio de mercado.

“La expresión estudio de mercado designa el conjunto de operaciones que realiza la empresa desde que dispone de las mercancías para la venta, o aun antes (en algunos casos, al estudiar las necesidades del público), hasta que estas se ponen al alcance de los consumidores. Consiste en un análisis profundo, sistemático y ordenado de los hechos que afectan al mercado y que tienen una serie incidencia en todas las empresas, principalmente en las dedicadas a la venta”⁸.

Segmentación de mercado.

“La segmentación debe entenderse como una teoría y como una estrategia. Como teoría investiga el mercado objeto de encontrar la existencia de conjuntos de consumidores homogéneos entre sí y diferentes entre los demás. Como estrategia representa la creación de diferentes planes de marketing, relativos a precio, producto, comunicación, distribución, etc., para llegar a los diferentes segmentos que pudieran encontrarse”⁹.

7 BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 2

8 GISPERT CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005, pag.5

9 ABASCAL FERNANDEZ ELENA E GRANDE ESTEBAN IDELFONSO. Aplicaciones de investigación comercial. Edit. Esic. Madrid 1994. pág. 18

Mercado.

“Es el conjunto de consumidores de un lugar determinado, sobre los cuales confluyen circunstancias concretas; estas pueden ser geográficas, sociales (hábitos), económicas (presión ejercida por la competencia), jurídicas (leyes vigentes)”¹⁰.

Oferta.

“No es otra cosa que la cantidad de bienes o servicios en un mercado dado y que pueden ser vendidos a un precio determinado”¹¹.

Demanda.

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”¹².

Demanda insatisfecha.

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual

¹⁰ GISPERT CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005, pag.3

¹¹ ROSEMBERG J.M. Diccionario de Administración y finanzas. Ed. Océano. España 1994, pág. 283

¹² BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 17

se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.¹³

Canal de distribución.

“Un canal de distribución es la ruta que toma el producto para pasas del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria, en cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista”¹⁴.

Estudio del producto.

“Para dar a conocer y vender un producto, previamente hay que estudiar y dominar a fondo sus características técnicas (definición, composición, especificaciones), sus aplicaciones prácticas, las necesidades reales de los consumidores, tanto cuantitativa como cualitativamente, el precio que se va a dar a éste, se determina teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Relación precio – producto. Debe analizarse que está dispuesto a pagar el consumidor para satisfacer su necesidad de un producto determinado.

¹³ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 51

¹⁴ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 59

- Relación precio - competencia. Es necesario conocer el precio de los competidores y la calidad y características técnicas de sus productos para establecer comparaciones.
- Relación precio – margen empresa (y, o margen distribuidor en sus caso). El precio siempre debe estar regido por el volumen de producción global de la empresa, su rentabilidad de costos y el beneficio que se ha de obtener.

Hay que tener en cuenta otros aspectos auxiliares del producto, como son el envase) forma, tamaño, color) y el embalaje, que además de darle seguridad, solidez y garantía, también juega un papel importante en su imagen”¹⁵

Precio.

“El precio es el que esta generalmente expresado en unidades monetarias, mediante la entrega del cual se adquiere un bien o un servicio”¹⁶.

Promoción.

“La promoción es todo aquello que se utiliza como parte de las actividades de mercadotecnia para estimular o fomentar la compra o venta de un

¹⁵ GISPERT CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005, pag.7

¹⁶ MARTÍN ÁMEZ FERNANDO, Diccionario de Contabilidad y Finanzas. Grupo cultural. España 2006. Pág. 203

producto o servicio, mediante incentivos de corto plazo. De esa manera, se complementan las acciones de publicidad y se facilita la venta personal”¹⁷.

Marca.

“La marca es el nombre o símbolo, o combinación de ambos, que trata de identificar los productos o la empresa, diferenciándolos de la competencia.

Cabe distinguir la marca del nombre de la empresa. No tienen por qué coincidir. El nombre de la empresa tiene carácter legal, mientras que la marca es únicamente comercial, la marca puede estar integrada por dos elementos distintos o uno solo de ellos:

- Nombre del producto: permiten que los consumidores identifiquen el producto.
- Logotipo: expresión gráfica de una marca”¹⁸.

Estudio técnico.

“El estudio técnico en un proyecto se refiere a la participación de la ingeniería en el estudio para las fases de planeación, instalación e inicio de la operación.

Los aspectos básicos de ingeniería son determinados para señalar, en términos generales, el tipo de problemas que plantea la fase técnica del

¹⁷GISPERT CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005, pag.14

¹⁸GISPERT CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005, pag.90

proyecto, al considerar que su importancia relativa varía de acuerdo a su naturaleza”¹⁹.

Determinación del tamaño óptimo de la planta.

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptima cuando opera con los menores costos totales a la máxima rentabilidad económica”²⁰.

Capacidad diseñada.

“Corresponde al nivel máximo posible de producción con el son diseñados los equipos. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo su capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las máquinas que intervienen en el proceso de producción. Algunas tendrán una mayor capacidad de aporte al proceso productivo que otras”²¹.

Capacidad instalada.

“Generalmente se denomina la capacidad que va a ser instalada, se toma en cuenta fundamentalmente el estudio de mercado que se ha realizado anteriormente, mediante el cual se ha determinado la oferta y la demanda,

19 EROSSA. Proyectos de inversión en ingeniería. Edit. Limusa. México 2004. Pág. 98

20 BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 92

21 FLORES URIBE JUAN ANTONIO. Proyecto de inversión de las PYME. Colombia 2006 Pág., 46

de lo cual ha resultado la demanda insatisfecha. La capacidad instalada para la producción, no es otra cosa que la cantidad máxima de unidades capaces de ser producida en un periodo de tiempo determinado y con la maquinaria adecuada”²².

Capacidad utilizada.

“Es la fracción de capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje. Es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90%, porque, en condiciones normales, no podrían atender pedidos extraordinarios y si los hace, puede verse alterado significativamente su estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salvo que acuda al proceso de maquila, que es encontrar parte de la producción con otras personas o empresas, solucionando parcialmente el problema de capacidad instalada”²³.

Localización.

“Se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan determinar el lugar donde se ubicará el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

²² ROSEMBERG J.M. Diccionario de Administración y finanzas. Ed. Océano. España 1994, pág. 55

²³ FLORES URIBE JUAN ANTONIO. Proyecto de inversión de las PYME. Colombia 2006 Pág., 46, 47

El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macro localización, para finalmente determinar el sitio preciso o ubicación del proyecto.

Macrolocalización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema; solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

Microlocalización.

Una vez que se ha sido escogida la región donde se puede localizar el proyecto (macrolocalización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad).

Cuando el estudio se adelanta a nivel de investigación preliminar, con identificar la zona geográfica es suficiente para efectos de localización.

La planificación en algunas ciudades han previsto la creación de ciertas zonas con todas las dotaciones necesarias y ventajas operativas para el establecimiento de industrias, son los llamados parques industriales, centros comerciales centros de abastos en el caso de mercadeo al por mayor. También se ha previsto la prohibición de alguna clase de industria o de comercio en zonas residenciales, debido desde luego, a la contaminación de olores, ruido, polución, inseguridad, propios de estas instalaciones”²⁴.

Distribución de la planta.

“Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar de los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. *Integración total.*- consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. *Mínima distancia de recorrido.*- al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.

²⁴ FLORES URIBE JUAN ANTONIO. Proyecto de inversión de las PYME. Colombia 2006 Pág., 49

3. *Utilización del espacio cúbico.*- aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. *Seguridad y bienestar para el trabajador.*- este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
5. *Flexibilidad.*- se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exige el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario”²⁵.

Ingeniería del proyecto.

“El objetivo general de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener en la planta productiva”²⁶.

Proceso de producción.

“Es proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica

²⁵ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 117

²⁶ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 110

como transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura”²⁷.

Uso e importancia del flujograma de proceso

“El flujograma constituye la representación diagramática de la secuencia lógica de pasos en las operaciones y actividades desarrolladas por las diferentes unidades organizativas. Representa el flujo de trabajo involucrado en la realización de las funciones de sección, oficina y departamentos.

La importancia de su uso radica en que es una herramienta efectiva en el análisis administrativo, ya que facilita la apreciación y valoración del seguimiento del flujo de trabajo a través de actividades y facilita su simplificación”²⁸.

Estudio organizacional.

“Este componente se propone aportar los elementos de juicio necesarios para decidir qué tipo de organización legal, si es que se requiere, se debe constituir y cuál debe ser su estructura organizacional para la implementación y operación del proyecto.

²⁷ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 111

²⁸ HERNÁNDEZ OROZCO CARLOS. Análisis administrativo. Primera edición. Costa Rica 2005. Pág. 104

Organigrama.

El organigrama es una representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos.

La palabra organigrama proviene del prefijo organi, que implica organización, y gama que significa gráfico. Quiere decir gráfico de organización.

Existen varias clases de organigramas, entre los más importantes tenemos:

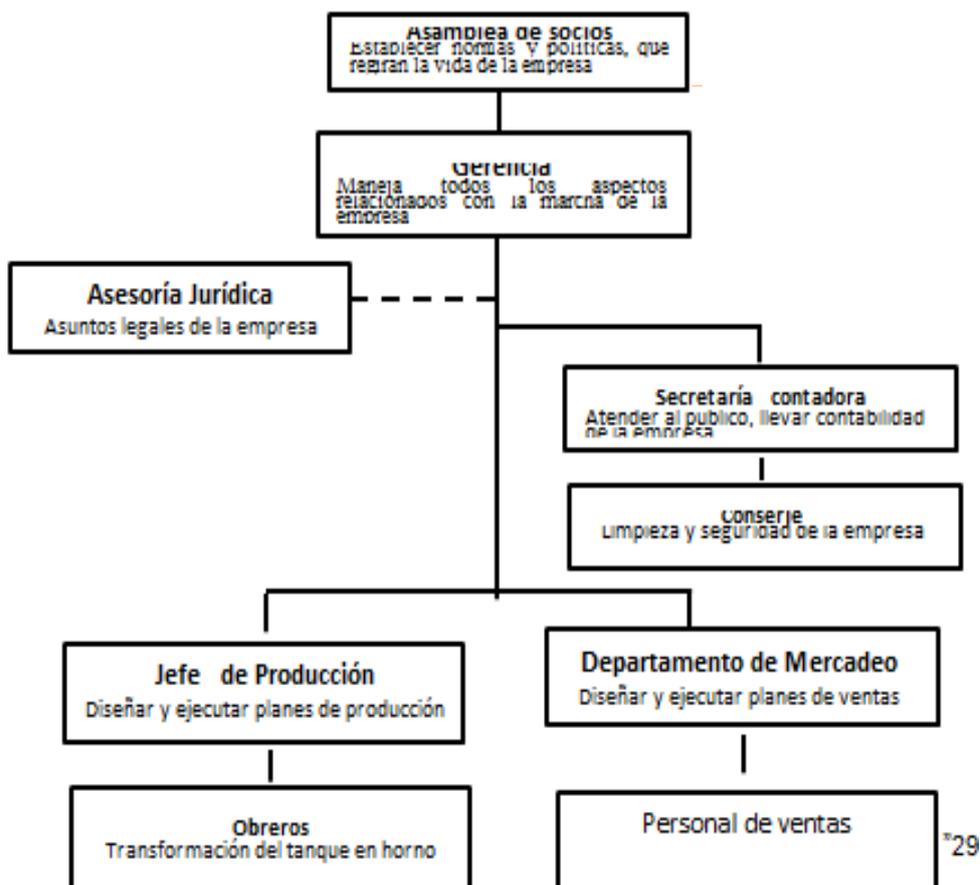
Por su aspecto, los organigramas pueden ser verticales o planos, es decir, tienen forma de pirámide, pero los primeros son los más acentuados en lo vertical, mientras que los segundos lo hacen hacia lo horizontal. Los verticales son más centralizadores y posee muchos niveles jerárquicos, mientras que los horizontales son menos centralizadores, desconcentran más y poseen pocos niveles jerárquicos.

Por la forma, son estructurales verticales, estructurales horizontales, estructurales circulares y semicirculares.

Por las clases, los organigramas son de unidades organizativas y de cargos o de puestos. No se acostumbra mezclar un organigrama de unidades

departamentales con el de cargos, por cuanto dificulta el diseño y también su interpretación.

GRAFICO No.1
DISEÑO DE ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Manual de funciones

“Los manuales en sí son parte de este sistema de interrelación y consecuencia inmediata de los organigramas, al comunicar a todos y cada uno de los jefes los siguientes contenidos:

- Designación formal de su cargo.
- El enunciado de sus funciones.
- La descripción de sus tareas habituales.
- Sus vinculaciones dentro y fuera de la empresa
- Quienes dependen de él y de quién depende él.
- La información que recibe, la que procesa y la que emite.
- Los distintos tipos y niveles de autoridad”³⁰.

Administración de financiera.

“Una administración financiera adecuada ayudará a que cualquier negocio proporcione mejores productos a sus clientes a precios más bajos, pague salarios más altos a sus empleados y genere rendimientos mayores para los inversionistas que hayan aportado los fondos necesarios para formar y operar una empresa. Debido a que la economía, tanto nacional como mundial está formada por clientes, empleados e inversionistas, una administración financiera sólida contribuye al bienestar tanto de los individuos como de la población en general”³¹.

³⁰ GISPERT CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005, pág. 398

³¹ FRIGHMAN EUGENE F., Fundamentos de la Administración Financiera, doceava edic. pág. 33

Presupuestos.

“Son los planes operacionales relacionados con el dinero manejado en determinado periodo, los presupuestos generalmente abarcan un año, correspondiente al ejercicio fiscal de la empresa. Cuando los valores financieros y los periodos se amplían, se presenta la planeación financiera, definida y elaborada en el nivel intermedio de la empresa, con dimensiones y efectos más amplios que los presupuestos, cuya dimensión es solo local y cuya temporalidad es limitada.

El flujo de caja, los presupuestos departamentales de gastos, los beneficios sociales de los empleados, las reparaciones y el mantenimiento de máquinas y equipos, los costos directos de producción, los gastos de promoción y publicidad, etc., constituyen ejemplos de presupuestos del nivel operacional”³².

Depreciación y amortización.

El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso de estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por

³² CHIAVENATO IDALBERTO. Administración Proceso Administrativo. Tercera edición. edit. McGRAW - HILL 2001, pág. 190

ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, esta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

Cualquier empresa que esté en funcionamiento, para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes deberá basarse en la ley tributaria. El monto de los cargos hechos en forma contable puede ser esencialmente distinto de los hechos en forma fiscal”³³.

Costos

“Los costos son el importe de los bienes, servicios o derechos que se utilizan para operar en un proceso productivo.

Costo fijo.

“Es el costo en el cual se incurre aunque no se produzca nada, y que no es afectado por una variación en la cantidad de producción.

Costo variable

El costo variable es afectado por el nivel de producción, es decir, abarca los insumos que se emplean durante el proceso de producción y, de hecho,

³³ BACA URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006, pág. 174

incluye a todos aquellos costos que no son parte del costo fijo; cuando el nivel de producción es cero, el costo variable es cero.

Costo total

El costo total, como se desprende de su nombre, es el costo mínimo que permite obtener un nivel de producción dado. Si aumenta el nivel de producción, aumentará el costo total.

Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio señala el momento de la relación entre costos y producción en los cuales los costos son totalmente absorbidos, y podemos empezar a obtener ganancias

- **En función de los Gastos e Ingresos**

Se fija en base a los gastos y los volúmenes de ventas o ingresos monetarios que genera el proyecto; para su cálculo se aplicará la siguiente fórmula.

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

En donde:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

VT = Venta Total

- **En función a la capacidad instalada**

Determina el porcentaje que debe trabajar la planta para que su producción pueda cubrir los costos; se aplica la siguiente fórmula para su cálculo.

$$\text{P.E.\%} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT} - \text{CVT}} = X 100$$

Dónde:

PE = Punto de Equilibrio

CT = Venta Totales o Ingresos

En función a la producción.

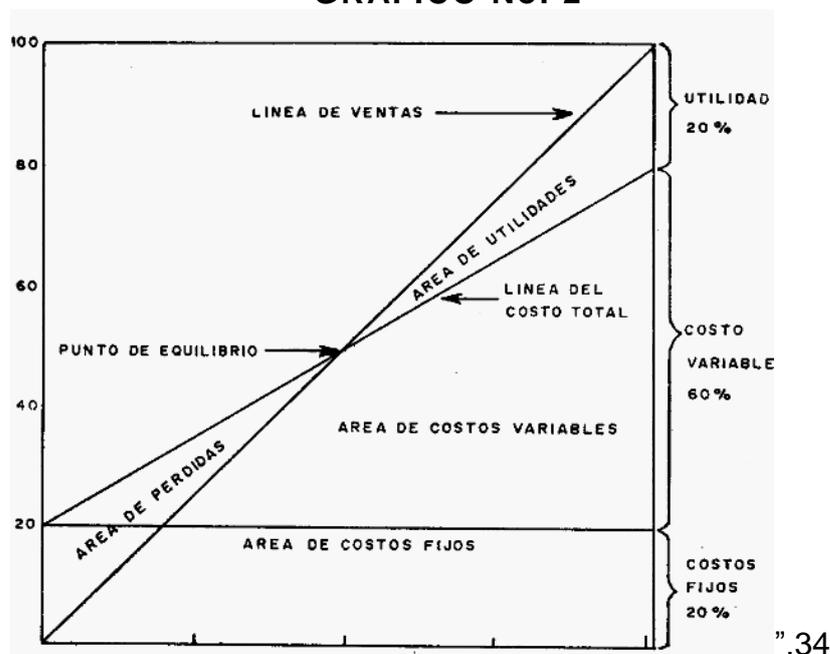
$$\text{P.E.\%} = \frac{\text{CFT}}{\text{PVu} - \text{CVu}} = X 100$$

PVu = precio de venta unitario

CVu = costo variable unitario

$$\text{CVu} = \frac{\text{CVT}}{\text{Nro. De unidades}}$$

GRAFICO No. 2



Fuente: Representación de costos "PETER RUCKER"

Capital de trabajo.

“La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos. El capital de trabajo, es entonces, la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los

34 RUCKER PETER. Como ser un Emprendedor exitoso y no fracasar en el intento, Buenos Aires 2003. Pag.169 hasta 175

ingresos generados por la venta de los bienes o servicios, que constituyen, que constituyen la razón de ser del proyecto”³⁵.

Estado de pérdidas y ganancias.

“El Estado de Pérdidas y Ganancias es un estado financiero que representa el resultado de la operación de la compañía en un tiempo determinado”³⁶.

Flujo de caja.

“El flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero en efectivo al proyecto permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero”³⁷.

Evaluación financiera

“Es el análisis a la información proveniente de la combinación de operaciones aritméticas, el mismo que permite decidir sobre la factibilidad del proyecto. Esta información se conoce como coeficiente de evaluación

35 MIRANDA MIRANDA JUAN JOSE. Evaluación de proyectos de inversión. México 2005. pág. 189- 190

36 BARAJAS NOVA ALBERTO, Finanzas para no financistas. Cuarta edición. Edit. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia 2008. pág. 50

37 MIRANDA MIRANDA JUAN JOSE. Evaluación de proyectos de inversión. México 2005. pág. 204

financiera y consiste en obtener valores actuales de los ingresos y gastos para luego determinar los mismos para el futuro”³⁸.

Valor Actual Neto

“El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar hasta donde puede modificarse el valor de una variable para que el proyecto siga siendo rentable.

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

El VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para realizar este cálculo se debe tomar en cuenta el costo de oportunidad de Capital que predomina en varias instituciones financieras.

Para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará como resultado que el valor actual neto sea mayor a cero.

$$\text{VANP} = \sum \text{VAN} - \text{Inversión inicial}^{\text{39}}$$

³⁸ BRITTEL.L, Enciclopedia del Management. Grupo Edit. Océano 1997, pág. 230

TIR

“La tasa interna de retorno, es un indicador que expresa en forma porcentual la capacidad de rendimiento de un proyecto de inversión, se lo define como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios y costos de capital actualizados sean iguales en cierto periodo de tiempo y en consecuencia se obtenga un valor actualizado neto igual a cero.

Para calcularla Tasa Interna de Retorno TIR, se emplea la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + DT \left[\frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right]$$

En donde:

TIR	=	Tasa Interna de Retorno
T _m	=	Tasa Menor o VAN Menor
DT	=	Diferencia de TIR

Relación Beneficio Costo (B/C)

A este índice se lo interpreta como la cantidad obtenida en la calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C es mayor que 1 se acepta el proyecto.

B/C es igual a 0 es indiferente realizarlo.

B/C es menor a 1 se rechaza el proyecto

$$\text{Relación B / C} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados.}} - 1 \quad \text{"40.}$$

Periodo De Recuperación.

“El periodo de recuperación es el tiempo necesario para recuperar el importe de la inversión a través de los flujos netos de fondos originados en el proyecto

$$\text{PRC} = \text{Año que sup. Inversión} + \frac{(\text{inversión} - \sum \text{de primeros flujos})}{\text{Flujo del año que supera la inversión}} \quad \text{"41.}$$

Análisis De Sensibilidad

“Es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar a un proyecto la vulnerabilidad, ya que no se conocen las condiciones económicas que suceden en el futuro. Las variables que presentan incertidumbre en un proyecto son los ingresos y los egresos. Para tomar una decisión se debe conocer lo siguiente:

40BRITTEL L, Enciclopedia del Management. Grupo Edit. Océano 1997, pág. 438
41 LORING JAIME, La gestión financiera. Edic. Deusto. Barcelona 2004. Pag. 248

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, quiere decir que el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a cero el proyecto es indiferente.
- Si el coeficiente es menor que 1, quiere decir que el proyecto no es sensible, por lo tanto soporta el incremento a los costos y la disminución en los ingresos

FORMULAS.

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

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ variación}}{\text{Nueva TIR}^{42}}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MÉTODOS

Para lograr un óptimo desarrollo del proyecto, se aplicaron diferentes métodos y técnicas los cuales sirvieron para recopilar, analizar e interpretar de manera sistemática y oportuna toda la información recopilada. Así como el empleo de diferentes materiales necesarios para llevar a cabo el presente estudio.

MÉTODO DEDUCTIVO

Permitió conocer las necesidades o carencias latentes en la localidad las cuales afectan al desarrollo micro empresarial de Orellana, así también permitió establecer los criterios en base a los datos teóricos y empíricos obtenidos, al momento de tabular la información conseguida a través de los instrumentos de investigación aplicados; al establecer la macro localización de la planta y determinación de la micro localización, así como a los criterios de evaluación financiera existentes. Los datos teóricos sirvieron para analizar cada una de las interrogantes planteadas, y de esta manera facilitar la interpretación de la información; para formular criterios y juicios de valor en las conclusiones y en el desarrollo de los estudios de inversión requeridos.

MÉTODO INDUCTIVO

Este método permitió tomar la mejor alternativa de inversión para dar soluciones a los objetivos planteados, de la misma manera sirvió para estudiar las respuestas obtenidas en la encuesta y entrevista aplicada, comparando, estableciendo criterios, extrayendo conclusiones generales; como consecuencia de la investigación realizada.

MÉTODO DESCRIPTIVO.-

Este método permitió aplicar detalladamente los pasos para determinar los elementos de la problemática y las herramientas utilizadas en el objeto de estudio.

MÉTODO ANALÍTICO.-

El presente método permitió analizar las ideas de negocio de acuerdo a las carencias y necesidades que se presentan en nuestro medio, así como también se pudo extraer las ideas de cada una de las respuestas de la encuesta aplicada; determinando relaciones y formó criterios sobre las respuestas obtenidas, organizando la microempresa desde su estructura organizativa y legal, estableciendo el proceso productivo de una manera eficiente, con lo cual se realizó la evaluación financiera que permitió determinar la factibilidad sobre la creación del negocio en mención.

TÉCNICAS

Encuesta:

De una población de 544 restaurantes de comida típica , se consideró una muestra de 231 que equivale a un 43,34% de la población total de restaurantes existentes en la provincia de Orellana de acuerdo a los permisos de funcionamiento otorgados por el departamento de Higiene del I. Municipio y Cámara de turismo de la mencionada provincia, contando con un índice de crecimiento proporcional anual del 2,05% para éste tipo de actividad de acuerdo a la información proporcionada en el I. Municipio de Orellana.

Entrevista:

Se aplicó a las 21 personas que están dedicadas al cultivo del chontacuros con el fin de determinar el segmento de mercado al cual abastecen, ya que en la provincia de Orellana no cuenta con una empresa legalmente establecida que se dedique a esta actividad, sino que existen unidades de producción familiares de acuerdo al registro de la dirección de Higiene del I. Municipio de Orellana.

Observación:

Se lo realizó a las personas que se dedican a la actividad de forma artesanal, así como también verificó el mercado objetivo al cual se ofrecerá dicho producto.

DATOS:

A continuación se presenta la información acerca de los 533 locales existentes en la provincia de Orellana.

En donde:

P_n= crecimiento de establecimientos

P_a= población actual de establecimientos

n= número de años

i= índice de crecimiento

$$p_n = p_a(1+i)^n$$

$$p_n = 533(1+0,0205)^1$$

$$p_n = 544$$

Tamaño De La Muestra

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

En donde:

N= Población total

e= Margen de error

$$n = \frac{544}{1+(0.05)^2*544}$$

$$n = \frac{544}{1+1,3575}$$

$$n = 231 \text{ encuestas}$$

TABLA DE DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Cuadro No. 1

CANTÓN	NUMERO DE LOCALES	NUMERO DE LOCALES 2012 2,05%	NUMERO DE ENCUESTAS
Aguarico	24	24	10
Loreto	79	81	34
Joya de los Sachas	147	150	64
Orellana	283	289	123
TOTAL	533	544	231

Fuente: Municipio de Orellana y cámara de turismo

Elaboración: la autora

f. RESULTADOS

RESULTADO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA

1. ¿Expende en su local a más de comida típica, comida exótica?

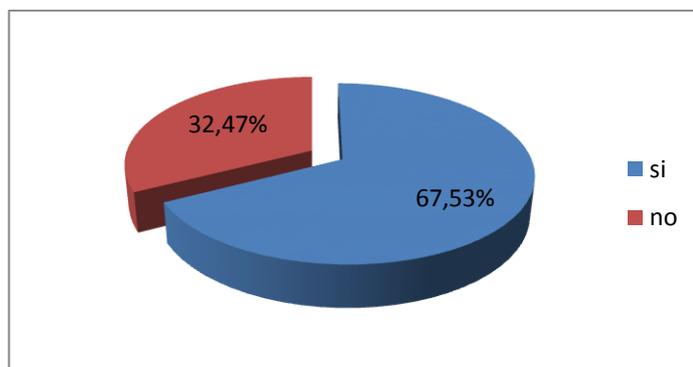
Cuadro No. 2 expendio de comida típica

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
Si	156	67,53
No	75	32,47
TOTAL	231	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 3 Distribución porcentual



Interpretación:

De acuerdo a la información proporcionada por los 231 locales de expendio de comida típica de la Provincia de Orellana, se puede evidenciar a través del cuadro No. 3 que 156 si expenden comida exótica en su local, tanto para el consumo de propios y extraños, lo que representa un 67, 53%, mientras que 75 han manifestado que no comercializan este tipo de comida exótica en sus locales, pero si otros platos típicos, lo cual representa el 32,47%.

2. ¿Qué tipo de plato típico es el más solicitado por los clientes?

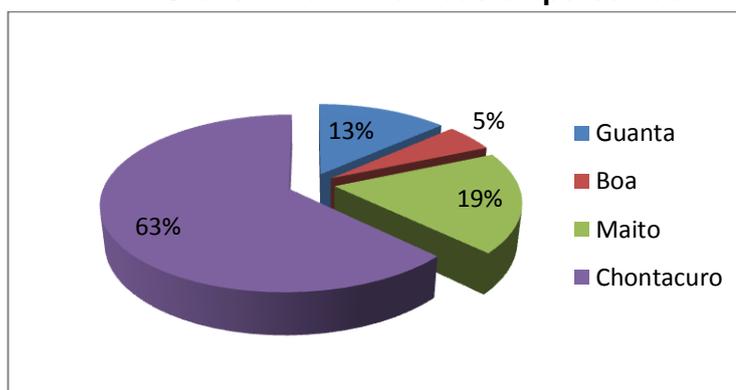
Cuadro No. 3 Preferencia de platos exóticos

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
Guanta	22	13,46
Boa	8	5,13
Maito	29	18,59
Chontacuro	98	62,82
TOTAL	156	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 4 Distribución porcentual



Interpretación:

En cuanto a los platos que son más solicitados por los clientes tenemos, que de los locales a los que se les aplicó la encuesta, algunos de ellos han indicado dos opciones de lo cual se visualiza que el plato exótico que tiene mayor demanda es el de chontacuro representado un 62,82%; así mismo, el maito es otro de los platos preferidos por las personas que acuden a estos sitios de comida, representado un 18,59% de consumo; por otra parte, la guanta es un plato apetecido por el 13,46% de personas; y, finalmente el 5,13% han indicado que la boa es solicitado en una menor proporción con respecto a los otros platos.

3. ¿Cuántos platos de chontacuros expende semanalmente?

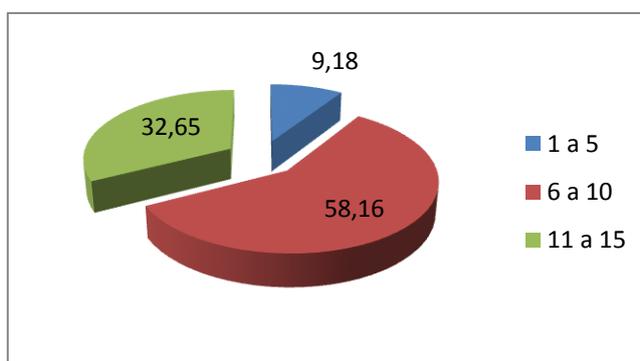
Cuadro No. 4 Venta semanal de chontacuro

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
1 a 5	9	9,18%
6 a 10	57	58,16%
11 a 15	32	32,65%
TOTAL	98	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 5 Distribución porcentual



Interpretación:

Con respecto al expendio promedio semanal que tiene cada local, se puede visualizar que 57 encuestas aplicadas a los locales tienen una venta promedio significativa de 6 a 10 (7,5) platos de éste tipo de comida, representando así el 58,16%; así mismo, el 32 locales tienen una venta promedio de 11 a 15 (12,5) platos típicos, representado un 32,65% de la venta y finalmente se refleja en el gráfico y cuadro que antecede, una venta poco significativa promedio de 1 a 5 (2,5) platos, ya que estos locales se encuentran un poco alejados y que no hay mucha afluencia de personas. Cabe indicar que cada plato equivale a 6 chontacuros y sus aderezos.

Cuadro No.5
VENTA PROMEDIA SEMANAL

OPCIÓN	XM	FRECUENCIA	F. XM
1 a 5	2,5	9	22,5
6 a 10	7,5	57	427,5
11 a 15	12,5	32	400,00
TOTAL		98	850

Fuente: cuadro No.4

Elaboración: La autora

$$x = \frac{\sum f \cdot x_m}{n}$$

En donde:

X = venta promedia semanal

f = frecuencia

X_m = punto medio

n = universo

∑ = sumatoria total

$$x = \frac{850}{98} = 8,67 \text{ platos de chontacuro}$$

En cuanto a la venta promedia semanal que tiene en cada sitio de comidas exótica es de 8,67 (9) platos de chontacuro, este valor multiplicado por las 52 semanas del año da como resultado una venta de 468 platos anuales (94 libras en su equivalente).

$$9 \text{ platos} \times 52 \text{ semanas} = 468 \text{ platos anuales}$$

4. ¿En qué meses del año existe mayor demanda de chontacuros en su negocio?

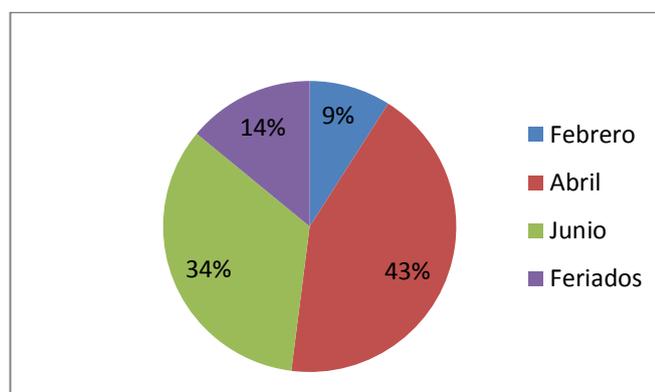
Cuadro No. 6 Meses de mayor demanda de chontacuros

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
Febrero	21	9%
Abril	98	43%
Junio	77	34%
Ferriados	33	14%
TOTAL	229	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 6 Distribución porcentual



Interpretación:

Los resultados de la encuesta con respecto a los meses de mayor demanda se ha podido evidenciar que el 98% existe mayor demanda del chontacuro en el mes de abril; así como el 77% se ha manifestado que hay mayor demanda en el mes de junio, por lo que se deduce que estos meses existe mayor demanda por cuanto existe mayor afluencia de personas que asisten por las fiesta de provincialización y cantonización de la provincia de Orellana; así también 33 personas han manifestado que tienen mayor demanda en los ferriados y puentes vacacionales, lo cual representa un 14% de visitas en estas fechas; en una menor proporción del 9% han indicado que existe mayor venta en el mes de febrero.

5. ¿Cuál es el precio que paga por la libra de chontacuro a su proveedor?

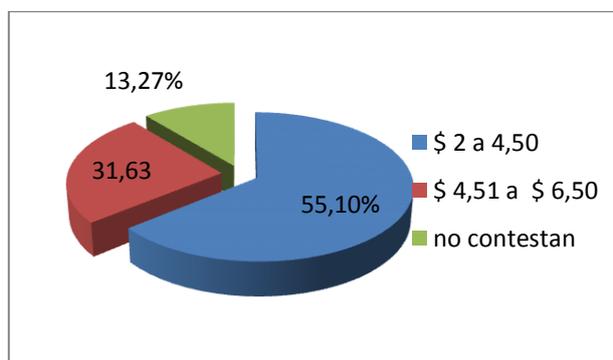
Cuadro No. 7

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
\$ 2 a \$ 4,50	54	55,10%
4,51 a 6,50	31	31,63%
No contestan	13	13,27%
TOTAL	98	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 7 Distribución porcentual



Interpretación:

En cuanto al precio que pagan por la libra de chontacuro, se puede decir que de acuerdo a la información proporcionada por las personas encargadas de estos locales de expendio, han manifestado 54 que pagan entre los \$2 y \$4,50 por cada libra, especialmente del producto proveniente del centro de abastos, representado de esta manera el 55.10%, mientras que los 31 personas han indicado que adquieren cada libra en un precio de entre los \$4,51 a \$ 6,50, lo cual representa un 31,63%, además este producto proviene de personas particulares dedicadas al cultivo artesanal; así mismo se ha podido determinar que 13 personas no contestaron por cuanto ellos hacen su propio cultivo, representando de esta manera el 13,27%

6. ¿Dónde adquiere los chontacuros para la elaboración y expendio de platos típicos?

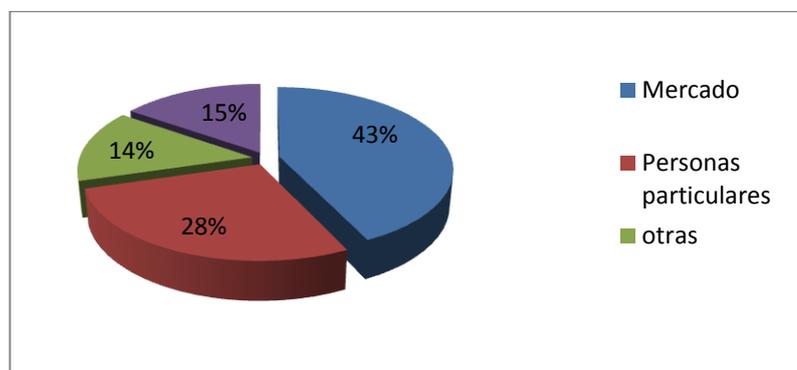
Cuadro No. 8

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
Mercado	42	42,86%
Personas particulares	27	27,55%
Otras.	14	14,29%
No contestan	15	15,31%
TOTAL	98	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 8 Distribución porcentual



Interpretación:

En cuanto a la adquisición de chontacuro y de acuerdo a las respuestas obtenidas de 42 personas, han indicado que lo hacen en el mercado representado así un 42,86%, por otra parte 27 personas han indicado que personas particulares que llegan a sus negocios les proveen del chontacuro, lo cual significa un 27,55 %; además se puede indicar que 14 personas han manifestado que se proveen de las familias, representando así un 14,29% y, finalmente 15 no contestan, deduciéndose que son aquellas personas que realizan su propio cultivo de chontacuro, representado así un 15,31%.

7. ¿Qué es lo que Ud. toma en cuenta al momento de adquirir el chontacuro?

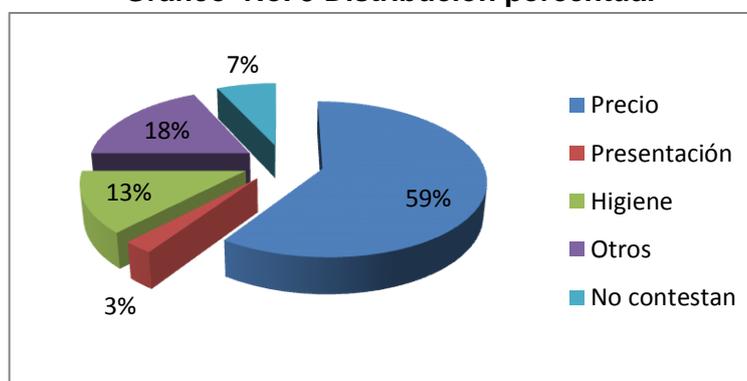
Cuadro N. 9

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
Precio	69	59,48%
Presentación	3	2,59%
Higiene	15	12,93%
Otros	21	18,10%
No contestan	8	6,90%
TOTAL	116	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 9 Distribución porcentual



Interpretación:

De acuerdo a los aspectos que toman en cuenta al momento de adquirir el producto, el 59,48% han manifestado que toman muy en cuenta el precio, mientras que el 18,10% han indicado que adquiere el producto tomando en cuenta otras razones como el tamaño, el origen del chontacuro; en cuanto a la higiene como aspecto importante para la adquisición del chontacuro este se encuentra representado con el 12,93%; por otra parte un segmento representado por un 6,90% que no responden a esta interrogante; y, un 2,59% han indicado que la presentación de producto es la mejor opción al momento de adquirir el chontacuro.

8. ¿En caso de que se creara una microempresa dedicada al cultivo y comercialización de chontacuro en la Provincia de Orellana, estaría Ud. dispuesto a adquirir el producto para el expendio en su local?

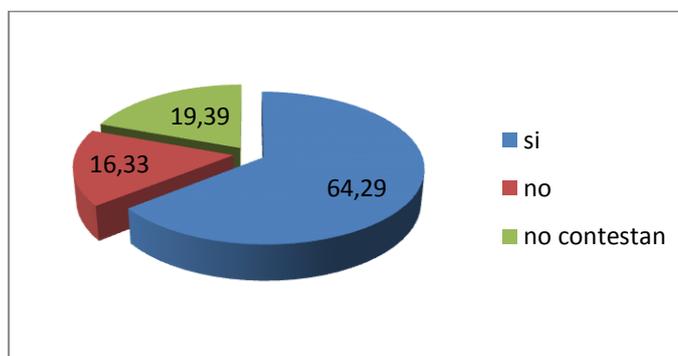
Cuadro No. 10

OPCIÓN	ENCUESTAS	%
Si	63	64,29%
No	16	16,33%
No contestan	19	19,39
TOTAL	98	100

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 10 Distribución porcentual



Interpretación:

Con respecto a la disposición existente para adquirir el chontacuro de la nueva empresa, 63 personas han manifestado que si están de acuerdo comprar el chontacuro, ya que de esta manera tendría un proveedor seguro, representando así un 64,29 % de aceptación; mientras que un 19,39% no responden a la interrogante realizada; y, finalmente 13 personas han indicado que no desean adquirir el producto, por cuanto algunos de ellos realizan su propio cultivo, representando de esta manera el 16,33%

9. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se promocióne el producto?

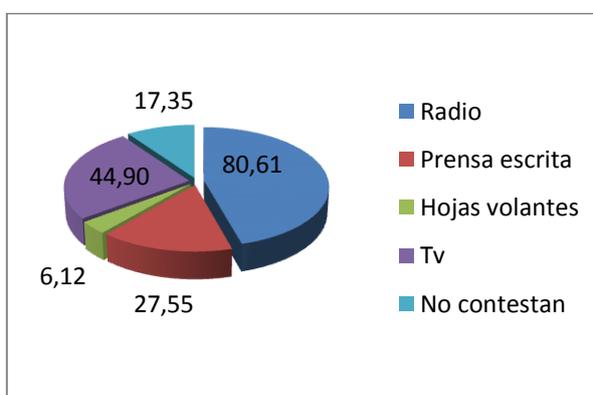
Cuadro No. 11

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Radio	79	80,61
Prensa escrita	27	27,55
Hojas volantes	6	6,12
Tv	44	44,90
No contestan	17	17,35

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 11 Distribución porcentual



Interpretación:

Siendo los medios de comunicación de fuerte impacto para la población en general, se ha realizado una pregunta abierta con respecto a los medios que les gustaría mantenerse informados acerca de la existencia de la microempresa y han indicado lo siguiente; un 45,66% se lo haga por medio de las radios existentes en la localidad, puesto que esta llega a todos los rincones de la provincia; un 25,43% han señalado que les gustaría mantenerse informados a través de medios televisivos, mientras que un 15,61% han indicado que se lo haga mediante el periódico; un 9,83% no responde ya que como se había indicado en las preguntas anteriores algunos de ellos se dedican a su propio cultivo; y, por último un 3,47% desean mantenerse informados a través de hojas volantes.

10. ¿Qué sugerencias Ud. aportaría para la puesta en marcha del presente proyecto?

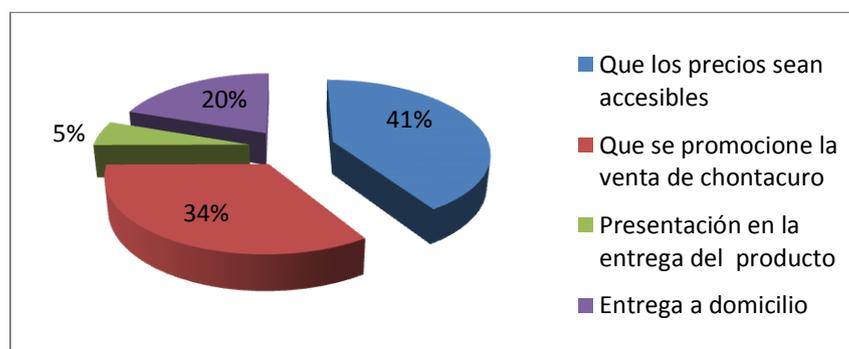
Cuadro No. 12

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
los precios sean accesibles	98	100,00
Que se promociene la venta de chontacuro	81	82,65
Presentación en la entrega del producto	13	13,27
Entrega a domicilio	47	47,96

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: La autora

Gráfico No. 12 Distribución porcentual



Interpretación:

En lo que respecta a las sugerencias proporcionadas por las personas encargadas de estos sitios de comida, se ha determinado que el 41% han manifestado que los precios de la libra de chontacuro sean accesibles; así mismo; el 33,89% han indicado que se debe promocionar la venta de chontacuro, lo que implicaría mayor afluencia a estos sitios de comida; por otra parte, el 19,67 % han indicado que la entrega del producto se la realice a domicilio, y un 5,44% se han referido que la presentación del producto se ha realice de una manera más higiénica.

ANALISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS PROVEEDORES DE CHONTACURO

A través la entrevista aplicada a las 21 personas que proveen de chontacuro en la provincia de Orellana, se pudo determinar que la venta promedio que venden semanalmente es de 9 libras, dando un total de 189 libras, este valor multiplicado por las 52 semanas, se obtiene un resultado de 9.828 libras anuales ; por otra parte, al hacer referencia acerca de a quienes expenden el chontacuro, estas personas han indicado que ellos expende a todos quienes acuden al centro de abastos, independientemente del sector comercial al que pertenezcan; en cuanto a los precios se ha evidenciado que estos dependen del tamaño del chontacuro, con lo cual el precio varía entre los 4 a 6 dólares, existiendo una mayor demanda del chontacuro en los meses que existe mayor afluencia de personas como son la fiestas de la provincia y en períodos vacacionales; en cuanto a se refiere al proceso de higienización y conservación, ellos no llevan ningún proceso, únicamente lo cosecha lo colocan en recipientes plásticos como botellas de cola.

Cuadro No. 13

AÑO	OFERTA
0	9.828
1	10.029
2	10.231
3	10.432
4	10.634
5	10.835

Fuente: sondeo y entrevistas

Elaboración: La autora

La oferta está determinada por la cantidad de personas u oferentes que ponen a disposición de los habitantes de la provincia de Orellana a precios determinados ofrecen el chontacuro, especialmente aquellas se encuentran situadas en el centro de abastos, cabe indicar que para el cálculo de la oferta se ha tomado como datos base la venta promedio de las 21 personas que se dedican a ésta actividad, teniendo una oferta para el año base de 9.828. Cabe señalar que no hay una tasa referente de crecimiento de esta actividad, sin embargo se ha tomado como referencia la tasa de crecimiento de los locales de comida típica para efectos de cálculo 2,05% asumiendo que el crecimiento sea proporcional también para la oferta; también se debe indicar que no están consideradas las personas que ejercen su actividad particularmente.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado tiene la finalidad de realizar un análisis específico y objetivo acerca de las condiciones del mercado, se pretende además brindar una argumentación fundamentada sobre el producto que se ofrecerá, para lo cual es necesario realizar un análisis de la demanda, oferta, precios, comercialización, aspectos que determinarán la dinámica en la cual se va a desarrollar el presente estudio.

ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda considerada como el número de unidades de un determinado bien, producto y/o servicio, que los consumidores están dispuestos a adquirir en un mercado y tiempo determinado, tomando en cuenta las condiciones de precio, calidad, gustos y preferencias. En el presente caso se ha realizado el análisis de la demanda del Chontacuro en la provincia de Orellana.

Demanda potencial

Para determinar la demanda potencial del chontacuro en la provincia de Orellana, en primer lugar se ha establecido la población en estudio, que para ello se ha considerado los establecimientos que ofrecen comidas típicas que para el año 2012 existen 544 locales registrados, manteniendo una tasa de

crecimiento anual del 2,05% según datos proporcionados por el departamento de higiene del I. Municipio.

Previo al presente cálculo se ha procedido a convertir las unidades de chontacuro a libras

Cuadro No. 14

AÑO	DEMANDA POTENCIAL (locales) 2,05%	DEMANDA POTENCIAL EN LIBRAS (CHONTACURO)
0	544	50.918
1	555	51.962
2	566	53.006
3	577	54.049
4	589	55.093
5	600	56.137

Fuente: Estudio de campo, cuadro No. 5, Municipio de Orellana

Elaboración: La autora

Para el cálculo de la demanda potencial se ha procedido a transformar la información proporcionada de los locales donde se expenden comidas, en los cuales han indicado el número promedio de platos de chontacuro (9 platos) que expenden semanalmente, , éste valor(9) se lo multiplica por las 52 semanas que tiene el año y se obtiene 468 platos; y, así ismo se multiplica por los 544 locales de comidas, resultando una venta total de 254.592 platos, considerando que cada plato contiene 6 unidades de chontacuro, lo que equivale a 1.527.552 chontacuros y su equivalente en libras de 50.918 , ya que cada libra contiene 30 chontacuros, teniendo este dato como referencial para la demanda real.

Demanda real

La demanda real ha sido estimada a través de un cálculo matemático, el cual consiste en multiplicar la demanda potencial por el porcentaje que contestó afirmativamente en vender este tipo de comida, conforme consta en la pregunta número 2 y cuadro numero 3; a continuación se muestra el cuadro de proyección de la demanda real, expresada para 5 años.

Cuadro No. 15

AÑO	DEMANDA POTENCIAL (libras)	DEMANDA REAL 62,82%
0	50.918	31.987
1	51.962	32.642
2	53.006	33.298
3	54.049	33.954
4	55.093	34.610
5	56.137	35.265

Fuente: cuadro No.3, cuadro No.14

Elaboración: La autora

Demanda efectiva

Para determinar la demanda efectiva se realiza la misma operación matemática que se utilizó en la determinación de la demanda real, para lo cual de las 98 encuestas realizadas y referían el expendio de comida exótica, específicamente el chontacuro (cuadro No.3), el 64,29% estaba de acuerdo en adquirir el producto a la empresa (cuadro No.10), entonces se procede a multiplicar la demanda real por el porcentaje indicado. A continuación se presenta un cuadro de la proyección de la demanda efectiva.

Cuadro No. 16

AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA PERCAPITA	DEMANDA EFECTIVA EN LIBRAS
		64,29%		
0	31.987	20.564	90	1.850.782
1	32.642	20.986	90	1.888.723
2	33.298	21.407	90	1.926.664
3	33.954	21.829	90	1.964.605
4	34.610	22.251	90	2.002.546
5	35.265	22.672	90	2.040.487

Fuente: cuadro No.15, cuadro No.10

Elaboración: La autora

ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda conlleva hacer la diferenciación entre oferta y la demanda existente en cuanto al chontacuro se refiere, para ello se ha considerado los datos obtenidos de los cuadros No. 15 y 16 del presente estudio.

Cuadro No. 17

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	1.850.782	9.828	1.840.954
1	1.888.723	10.029	1.878.693
2	1.926.664	10.231	1.916.433
3	1.964.605	10.432	1.954.172
4	2.002.546	10.634	1.991.912
5	2.040.487	10.835	2.029.651

Fuente: Cuadro No.15 y cuadro No.16

Elaboración: La autora

La demanda insatisfecha existente actualmente es de 1.840.954 libras anuales, teniendo para el año 1 una demanda insatisfecha 1.878.693 libras y para el año de finalización de la proyección del proyecto se contará con

una demanda insatisfecha correspondiente a 2029.651 libras de chontacuro expresando esta situación acerca del gran mercado que tiene el producto en la provincia de Orellana.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Descripción del producto – mercado

La microempresa “**MICASA**” utilizará las técnicas y estrategias adecuadas para vender este producto, y a la vez ganar la confianza de los clientes en el mercado tomando en consideración una táctica comercial efectiva con la finalidad de llegar a ser una microempresa líder en el mercado de Orellana dentro de la línea de comidas exóticas.

Producto:

El producto que se ofrece al mercado Orellanense son los chontacuros que por su composición son de origen natural, los cuales son posibles de adquirir para su cultivo y su comercialización, mediante la entrega directa a los diferentes sitios de comida típica.

El mismo que contendrá las siguientes características.

Características físicas

- **Producto:** El nombre del chontacuro con el cual se identificará y se diferenciara de la competencia es “**EI RINCÓN DEL CHONTACURO**”,

tomando en cuenta que de alguna manera es el lugar adecuado disfrutar de su exquisito sabor.

- **Empaque:** el chontacuro será presentado en tarrinas con tapa higiénicas.

Gráfico No. 13



- **Peso:** El peso de cada unidad del producto es de 1.000g.
- **Fecha de cosecha:** 10 Septiembre del 2014
- **Tiempo de conservación:**
- **Logotipo:**

Gráfico No. 14 Logo de la Empresa



- **Registro sanitario:** en trámite en la jefatura de salud y municipio de Orellana.

Características químicas:

➤ Tabla de contenidos nutricionales

TABLA No.1

EL PICUDO DEL COCOTERO *RHYNCHOPHORUS PALMARUM*

Composición Nutricional	(g/ 100 g peso fresco)
Agua	
Proteína	71,7
Grasa	7,3
Ceniza	10,9
Carbohidratos	0,6
Energía	9,4
	165 Kcal/100 g
Aminoácidos	
Acido Aspártico	0,650
Treonina*	0,326
Serina	0,377
Acido Glutámico	0,876
Prolina	0,317
Glicina	0,296
Alanina	0,387
Valina*	0,229
Metionina*	0,076
Isoleucina*	0,213
Leucina*	0,458
Tirosina*	0,276
Fenilalanina*	0,207
Histidina*	0,288
Ornitina	0,059
Lisina*	0,486
Arginina	0,458
Triptofano*	0,072
Cisteína*	0,064
Vitaminas	
Alfatocoferol	9,82
Beta + Gamma Tocoferol	2,62
Esqualeno	0,97
Esteroles Totales	58,13
Colesterol	53,3
Carotenos	0,51
Equivalentes retinol (□g)	85

* Aminoácidos esenciales

Fuente: Publicación ECOTROPICOS 12(1):25-32 1999 Sociedad Venezolana de Ecología

Precio

Para establecer el precio de venta al público se consideran los costos variables y los costos fijos que se utilizan para la producción, considerando un margen de utilidad que garantice la sostenibilidad del emprendimiento, la ganancia o utilidad para la microempresa; además, para la fijación del precio se toma en cuenta gastos operativos, precios de la competencia y la calidad del producto.

Plaza.

El lugar donde se va a comercializar los chontacuros se localizó a través de un estudio de mercado; identificando la necesidad de adquirir este producto. Es así que se destina como plaza a la provincia de Orellana.

La empresa utilizará el presente canal de distribución para llegar a sus consumidores un canal de distribución medio el cual consiste en:

Promoción.

Unos de los puntos más importantes para la puesta en marcha de la microempresa “**MICASA**”, es sin lugar a duda la promoción, ya que esta permitirá dar a conocer a la misma y lo que ofrece mediante el uso de la

publicidad. La publicidad como tal será esencial para el impulso de “**MICASA**” porque mediante el uso de algunos medios de comunicación y aplicación de tecnología se estará fomentando las ventas, que para tal efecto se lo realizará a través de los siguientes medios y formas:

a) Medios

- ✓ Radio Cumandá
- ✓ TV

b) Formas

La publicidad en la radio se realizará tres veces a la semana en los días lunes miércoles y viernes con una frecuencia de dos veces en el día, durante los noticieros de la mañana y el medio día en la radio Cumandá de la ciudad de Orellana.

La televisión al ser un medio de impacto visual para propios y extraños será retransmitida en el noticiero nocturno.

Además se hará la visita personal a los diversos sitios de comidas, para dar a conocer la empresa.

CUÑA RADIAL

¡¡¡¡“MICA.S.A.!!! el rincón favorito del chontacuro, ofrece a toda una selecta clientela la venta y distribución de un producto de calidad, con esmerada atención. Estamos ubicados al norte de la ciudad en la Avda. principal en el sector la Pradera a 100 metros. de la gasolinera Móvil Distribuimos a toda la provincia.

Cuadro No. 18 Publicidad mensual

Cantidad mensual	DETALLE	FACTOR	PRECIO	PRECIO TOTAL
24	Cuñas radiales	40 segundos	5,5	132
20	Sports publicitario	25 segundos	12,5	250
TOTAL MENSUAL				382
TOTAL ANUAL				4584

Fuente: Radio y televisión de la localidad

Elaboración: la autora

ESTUDIO TECNICO

El objetivo principal es determinar los requerimientos básicos de los recursos que se necesitan en el proceso cosecha y de comercialización del chontacuro, requiriéndose para ello de la información proporcionada por el estudio de mercado. Con el presente estudio se pretende determinar el espacio físico más adecuado, talento humano requerido, ubicación geográfica, materia prima, bienes muebles e inmuebles, los mismos que servirán para determinar en lo posterior el estudio financiero.

TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO

Tamaño

El tamaño del presente proyecto establece la relación con la capacidad productiva durante los 5 años de vida útil del proyecto. Así mismo para poder tener un criterio concreto del tamaño óptimo, es necesario determinar el número de libras que se cosecharan en el año.

Capacidad instalada

La capacidad instalada está determinado por el máximo rendimiento del terreno que será de 2 hectáreas (ha), en él se albergarán 200 plantas de palma de coco (100 PLANTAS por ha.), las mismas que servirán para el cultivo de las larvas de chontacuro, cuya capacidad de albergue es de 390 chontacuros (13 libras por planta), ($13 \times 200 = 2.600$ libras) este valor multiplicado por las 52 semanas, da un total de 135.200 libras anuales.

Así mismo para determinar la capacidad instalada se ha considerado la demanda insatisfecha, cuya cantidad proviene del año base (cuadro No.17) y la capacidad del terreno (135.200), con lo cual se tendrá una participación en el mercado del 34%, dicho porcentaje se lo obtuvo aplicando una regla de 3.

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA
CUADRO No.19

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
1840.954	7,34%	135.200

Fuente: Cuadro No.17

Elaboración: La autora

Capacidad utilizada

Para la determinación de la capacidad utilizada, en primer lugar se ha considerado la demanda insatisfecha (1.840.954 libras) y la capacidad máxima o instalada del terreno que es de 135.200 libras de chontacuro, de las cuales se utilizará en el primer año de cultivo de chontacuros un 84,62% con respecto a la capacidad instalada, lo que equivale a 114.160 libras de chontacuro, para el resto de años de vida útil del proyecto se tomará el 100% de la capacidad instalada.

La capacidad utilizada para el primer año está determinada por la capacidad productiva en las 52 semanas existentes en el año, es decir la primera producción será a las 8 semanas y las 44 semanas restantes existirá una producción semanal; por lo tanto:

$25 \text{ plantas} \times 13 \text{ libras} \times 8 \text{ parcelas} \times 44 \text{ semanas} = 114.400 \text{ libras} \rightarrow \text{anuales}$
 84,62% de la capacidad instalada.

Ver cuadro No.19, capacidad utilizada para los 5 años de vida útil del proyecto.

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

CUADRO No.20

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	% DE CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACION REAL DE MERCADO
1	1878693	135200	84,62%	114400	7,20
2	1916433	135200	100%	135200	7,05
3	1954172	135200	100%	135200	6,92
4	1991912	135200	100%	135200	6,79
5	2029651	135200	100%	135200	6,66

Fuente: Cuadro No.17 y 18, tasa de crecimiento del 2,05%

Elaboración: La autora

En el presente cuadro se puede apreciar la demanda insatisfecha en cuanto a libras de chontacuro se refiere, asimismo se ha calculado la capacidad instalada para la cual va a ser ejecutado el proyecto, luego se hace referencia al porcentaje de capacidad utilizada con respecto a la capacidad productiva para el primer año, durante los 44 semanas y para el resto de años se toma las 52 semanas, este porcentaje es traducido a cantidad en libras que se van a producir y finalmente se hace constar el porcentaje de participación que tendrá la microempresa en el mercado con respecto a la demanda insatisfecha.

Localización de la microempresa.

Factores de localización

Entre los principales factores de localización de la microempresa “**MICASA**”, que han sido considerados de importancia para su ubicación geográfica y que a su vez están relacionados con el entorno empresarial y de mercado, señalamos las siguientes:

- **Materia Prima.**

La materia prima con la que se contará son los escarabajos del chontacuro, los mismos que son de fácil adquisición, ya que en el área es una zona vegetativa y por lo tanto se puede conseguir en los mercados de la localidad.

- **Mercados**

Las distancias consideradas entre la microempresa y los lugares donde se distribuirá el producto permiten llegar de manera eficiente a los sitios de expendio por tratarse de una población pequeña.

- **Sistema Vial**

La provincia de Orellana cuenta con vías de comunicación óptimas y de fácil acceso, ya sea por vía terrestre o aérea.

- **Disponibilidad de servicios básicos**

Para el normal funcionamiento de la microempresa, el lugar en donde se encontrará ubicada cuenta con todos los servicios básicos indispensables como son: agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, servicio de internet.

Sistema de Agua Potable: Permite la higienización en el proceso de cosecha, y a la vez poderla consumir sin ningún inconveniente por ser apta para el consumo humano.

Sistema de Luz Eléctrica: Permite la instalación de maquinaria eléctrica.

Sistema de Alcantarillado: Comprende el sistema de estructuras y tuberías que permiten el transporte de aguas residuales o servidas (alcantarillado sanitario), o aguas de lluvia, (alcantarillado pluvial) desde el lugar en que se generan hasta el sitio en que se vierten o se tratan.

Sistema Telefónico: Este sistema permite mantener comunicación constante con nuestros clientes, así como los proveedores.

- **Afluencia de turistas.**

La Provincia de Orellana por disponer de atractivos turísticos naturales es considerada como un sitio de destino turístico, influenciando directamente en el consumo de alimentos considerados como platos típicos de la región.

- **Disponibilidad de mano de obra.**

Se la puede conseguir sin ninguna dificultad, ya que no requiere de especialización alguna, únicamente el adiestramiento para llevar a efecto el proceso de cultivo, bajo las normas de higiene y calidad establecida para la comercialización.

Macro localización.

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, considerando que la provincia de Orellana resulta altamente potencial para cualquier actividad emprendedora, por gozar de muchos recursos y atractivos naturales.

Ubicación geográfica.

La provincia de Orellana, se halla ubicada en el noroeste del país, es una de las 6 provincias que forman la región de la Amazónica. Limita al norte con Sucumbíos, al este con el Perú, al sur con la provincia de Pastaza, y al oeste con la provincia de el Napo, con una densidad de 6,58hab/km²; además posee un clima cálido húmedo, la temperatura varía entre los 20° y 40° C. debido a su altitud (300 m.). Se encuentra a 300 m. sobre el nivel del mar, las precipitaciones promedio anual de 2800 a 4500 mm, siendo mayo y junio los meses con mayor pluviosidad y los meses menos lluviosos agosto, septiembre y octubre.

Esta provincia se caracteriza por tener muchos recursos naturales que le permiten ser competitiva frente a otras provincias del Ecuador con respecto a flora y fauna se refiere.

GRÁFICO No.15



Fuente: Municipio de Orellana

Francisco de Orellana:

Para la creación de la microempresa dedicada al cultivo y Comercializadora de chontacuros, se ha escogido a la Ciudad de Orellana, ya que es el lugar apropiado para este tipo de producto, ya que cuenta con el acceso y servicios básicos que se requiere es una de los cantones que cuenta con la mayor parte de concentración poblacional, así como cuenta con un aeropuerto, lo cual es un placer la visita de propios y extraños.

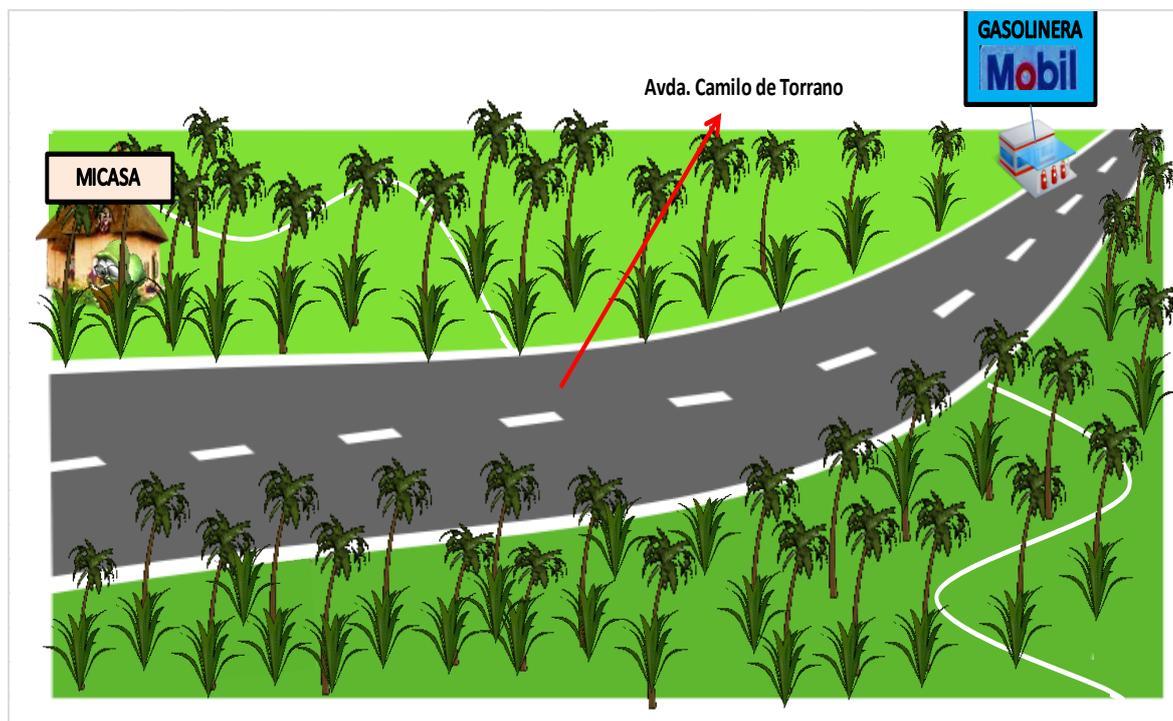
Micro localización.

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la microempresa, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

La instalación de la microempresa será en Ciudad de Orellana, en la zona norte de la ciudad, sector la pradera 28 de marzo, a 100 metros de la Gasolinera Móvil. Debido a que en este lugar se cuenta con el terreno necesario para el cultivo y comercialización del chontacuro.

MICROLOCALIZACIÓN

GRÁFICO No.15



Fuente: Municipio de Orellana

INGENIERÍA DEL PROYECTO

En cuanto tiene que ver a la ingeniería del proyecto se puede indicar que en esta etapa se realiza la descripción detallada del proceso productivo, así como la descripción del funcionamiento de la microempresa se refiere.

Descripción del proceso productivo

El desarrollo del proceso productivo se encuentra establecido para una parcela de 25 plantas con capacidad de producir 13 libras de chontacuro, considerando que esta producción se da para el primer ciclo productivo (325 libras), cuyo proceso se da de la siguiente manera:

1. Siembra del pie de chontacuro:

Para la siembra del pie o escarabajo de chontacuro se hacen pequeñas incisiones en el árbol con un diámetro de 5cm. y 5cm. de profundidad, este paso tomará un tiempo aproximado de 10 minutos por planta (4 horas y 17 minutos por parcela).

2. Copulación y fecundación:

Se introduce el pie de chontacuro macho y hembra para su copulación y posteriormente dar pasó a su fecundación, en donde la hembra deposita los huevos durante 3 días (72 horas).

3. Extracción del escarabajo de la planta:

Se extraen los pie o escarabajo de chontacuro, mediante trampas ubicadas al contorno del árbol, esta actividad durará 2 horas (120 minutos) y se la desarrolla paralelamente al proceso de incubación.

4. Incubación:

Una vez depositados los huevos por las hembras, estos permanecerán alimentándose de la sabia del árbol por espacio de 50 días.

5. Extracción o cosecha del chontacuro:

Luego de haber transcurrido 50 días de incubación de los huevos de larvas de chontacuro, se procede a su extracción, mediante trampas previamente elaboradas para esta actividad. El tiempo estimado de 3 días (una parcela de 25 plantas).

6. Higienización del producto (chontacuro):

Luego de cosechados los chontacuros en las kavetas plásticas, son depositados en un tanque con agua, con el objeto de retirar residuos de las plantas, lodo u otros componentes que puedan estar presentes al momento de la cosecha, en un tiempo aproximado de 5 minutos cada día (15 minutos para los 3 días de cosecha); sin embargo, su proceso de limpieza continúa en las cintas transportadoras.

7. Transporte del producto:

Una vez que se ha retirado gran parte de las impurezas, se procede a movilizar el chontacuro a través de una cinta transportadora, mediante la cual se realiza el escurrimiento del exceso de agua del chontacuro, hacia el lugar en donde será pesado. Esta actividad demanda un tiempo aproximado de 2 minutos por los 3 días de cosecha (6 minutos).

8. Pesado, llenado o embazado:

Luego de pasar el proceso de limpieza, se procede a pesar, en las balanzas dispuestas para el efecto, colocándose en una recipiente, cuyo peso es de una libra (30 chontacuros); además se debe indicar que los embaces están previamente acondicionados con agua y pedazos de caña, con el fin de garantizar el buen estado del producto, desde su almacenamiento hasta la entrega al consumidor, esta actividad se la lleva a cabo en un tiempo de 20 segundos por embace (3 libras por minuto), dando un total de 1 hora con 49 minutos.

9. Sellado y Etiquetado:

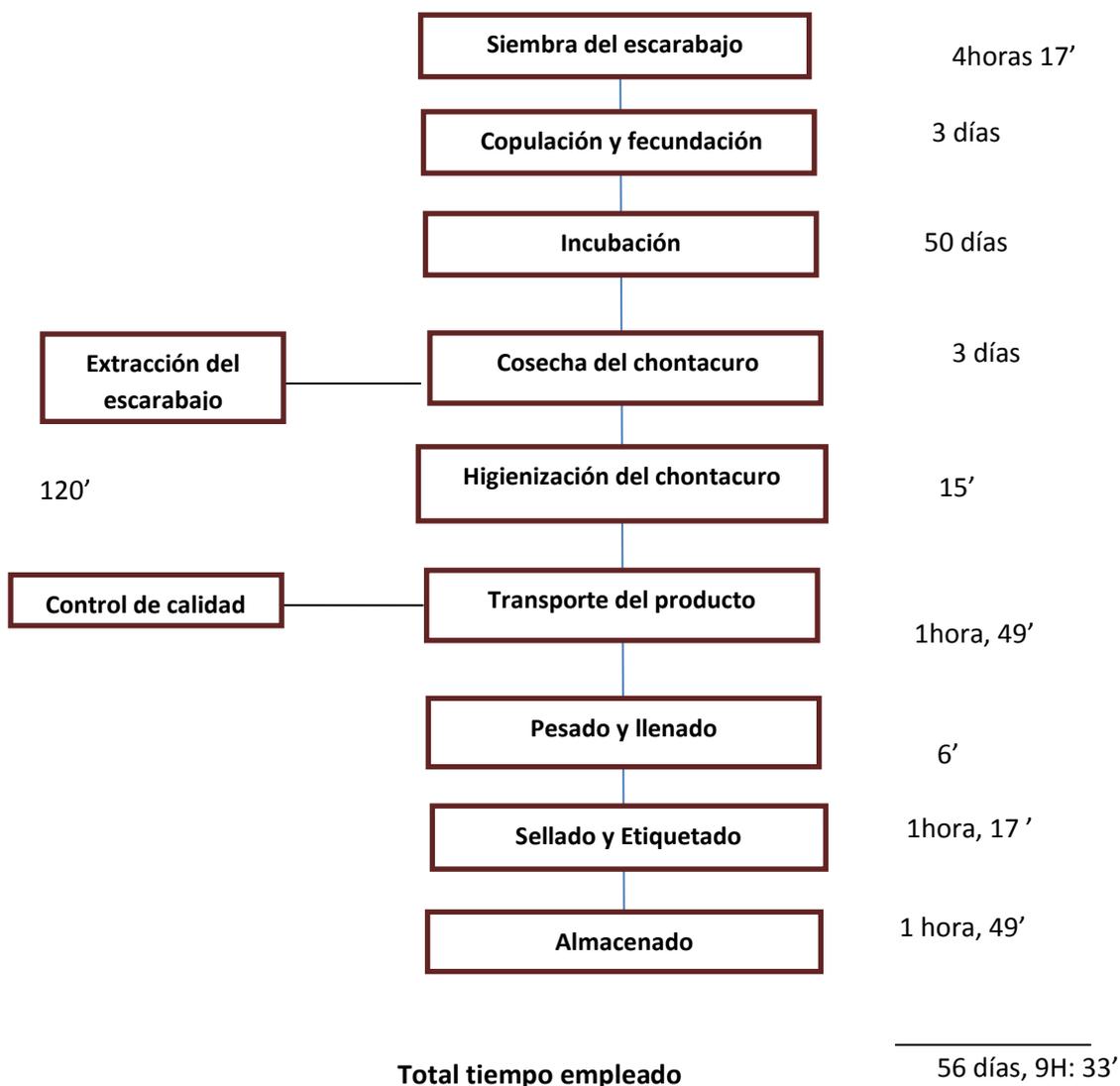
Una vez que se ha colocado la cantidad destinada a cada recipiente, se procede a su tapado y a poner la respectiva etiqueta del producto con su nombre y logotipo. Se estima un tiempo de 15 segundos por unidad (4 envases por minuto), dando un total de 1 hora con 17 minutos.

10. **Almacenado del producto:**

Una vez tapados y etiquetados los envases, se procede a ubicarlos en las diferentes perchas para su correspondiente distribución, con un tiempo aproximado de 20 segundos por unidad (3 libras por minuto), dando un total de 1 hora con 49 minutos.

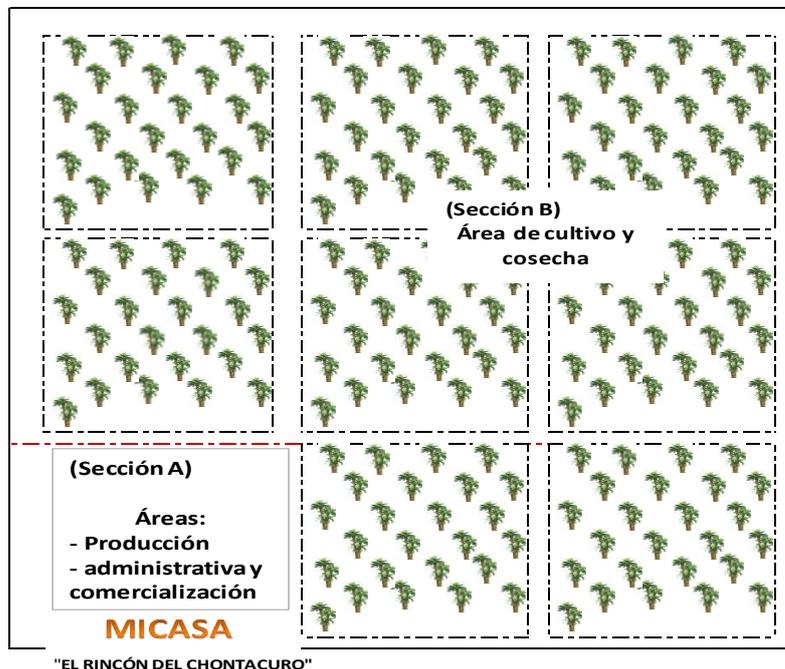
FLUJOGRAMA DE PROCESO

Gráfico No.16



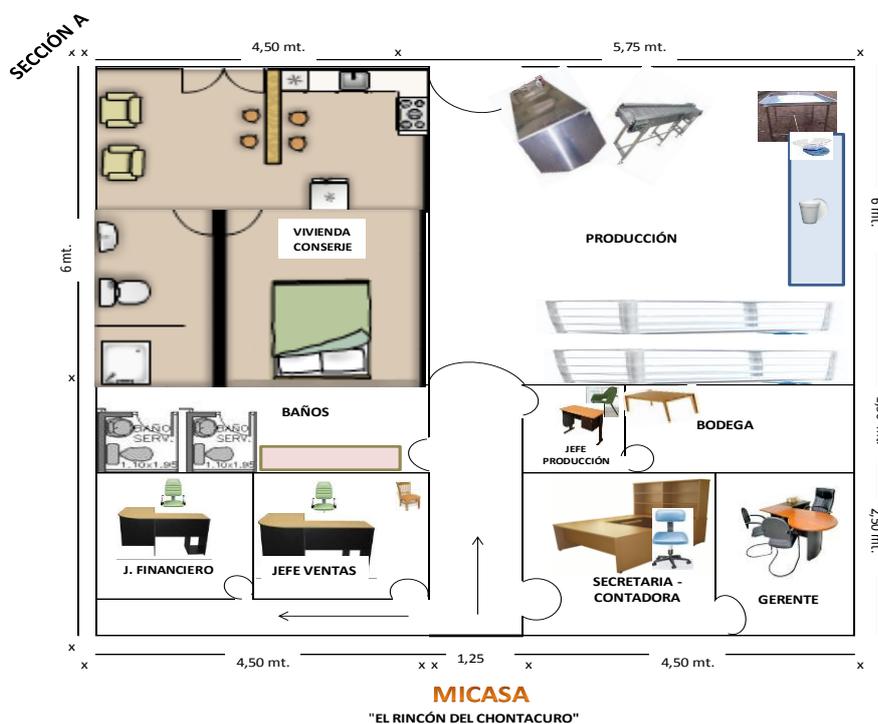
Diseño y distribución de planta

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA
Gráfico No.17



Elaboración: La autora

Gráfico No.18



Elaboración: La autora

Descripción de productos e insumos

- ✓ **Escarabajo chontacuro (*Rhynchophorus palmarum*)**

Gráfico No.19



- El escarabajo adulto tiene color negro.
- Las medidas son de 45 a 60 mm.
- *Rostrum* bien desarrollado.
- Antenas en forma de codo.
- Alas (élitros) cortas - no ocultan todo abdomen.
- Ocho ranuras longitudinales

Descripción de maquinaria y equipo

- ✓ **Cinta o banda transportadora**

Transportadores de malla metálica tipo TMM C100-Z-21 CTD-CTN
Gráfico No.20



Anchura: 200-1000 mm.

Diám. Rodillos ext.: 105 mm.

Velocidades: 0.5-30 mts/min.

Forma constructiva: Bastidor formado por chapa de acero pintado o inoxidable de 3 mm.

Accionamiento: Motorreductor corona-sinfín, engranajes helicoidales, engranajes cónicos.

Motorización: MC Motorización Central.

Elemento Transportador: Malla metálica de acero inox.

✓ **Tanque de acero inoxidable**

Gráfico No.21



Capacidad de 100 litros

Tapa lateral de 60 cm. de ancho x 80 cm. de alto y cerradura

Conexión para grifería

✓ **Balanza electrónica**

Gráfico No.22



Características: Material plástico Color verde

Alimentación: 2 XAA

Capacidad 3kg 6.6lb

Unidades: Kg, g, Lb, onza.

Resolución 0.1

Apagado automático luego de 20sg

Función de Tara 4 Botón de encerado, mode, unidad, encendido/apagado

Incluye: Tazón plástico transparente 2 pilas AA Envase plástico.

✓ **Sierra eléctrica.**

Gráfico No.23



Voltaje 18

Accesorios Sierra sable

Longitud de Golpe $\frac{3}{4}$

Golpes por Minuto 0 a 3000

✓ **Carrito montacargas de Plataforma**

Gráfico No.24



Peso: 50 Kg.

Tamaño:

20 cm

60 cm

120 cm

Capacidad de Carga: 500 Kgs.

Descripción de muebles y enseres de producción

✓ **Mesa de acero inoxidable**

Gráfico No.25



Dimensión: 2.40m x 0.65 y 0.90 de altura el acero.

Espesor: un milímetro

✓ **Perchas**

12 Perchas metálicas de 2 metros de largo por 30 cm. de ancho y 1,50 de alto con capacidad de contener 120 recipientes con capacidad de una libra.

Gráfico No.26



Descripción herramientas

Gráfico No.27

MACHETES	PALAS	MARTILLO
		
RASTRILLO	PICO	HACHA
		

Todas las herramientas serán de marca villota

Descripción de materiales y utensilios

✓ Kavetas plásticos

Gráfico No.28



Capacidad de volumen: 58.000 cc

Capacidad de carga: 40 kg

Dimensiones: 60cm L x 40cm A x 30cm H

Capacidad de apilamiento: 400 kg (15 kavetas x 40 kg apilados)

✓ Tachos plásticos

Gráfico No.29



Diam. Sup. 64 cm, Diám. Inf. 49.5 cm, H 20.5 cm

Capacidad 65 lt.

✓ Impermeables, delantales, Guantes

Gráfico No.30



Descripción de Muebles y Enseres de oficina

Escritorio gerencial	3
Sillones gerenciales	3
Sillas	6
Archivador	3

Descripción de Equipos de oficina

Teléfono	1
Sumadora	3

Equipos de cómputo

Computador	5
Impresora	3

Útiles de oficina

Facturas	500
Resmas de papel boom	1
Esferos	12
Borrador	3
Grapadora	1
Correctores	1
Notas rápidas	100
Grapadora	1
Perforadora	1

Útiles de aseo

Escobas	3
---------	---

Recogedores de basura	3
Cestos de basura	3
Trapeadores	3
Tachos de basura	1
Desinfectante	4 gl.
Baldes	2

Descripción de personal

Personal administrativo:

Gerente general	1
Asesor jurídico (eventual)	1
Jefe de finanzas	1
Jefe de comercialización	1
Secretaria Contadora	1
Vendedor	1
Conserje	1

Personal del área de producción:

Jefe de Producción	1
Obreros	5

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Para el presente proyecto el estudio organizacional pretende dar la figura administrativa y legal de acuerdo a los requerimientos de la microempresa productora y comercializadora chontacuros, para ello se ha establecido la misión que tiene la microempresa en mención, así como la visión que le permite proyectarse a futuro en la provincia de Orellana.

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN PROPUESTA PARA LA MICRO EMPRESA “MICASA”

“**MICASA**” una empresa productora y comercializadora de chontacuro que brinda a sus clientes un producto de calidad como complemento alimenticio para la sociedad, contemplando las normas de higiene y sus propiedades nutritivas, proporcionando un mejor nivel de vida a la provincia de Orellana y la región amazónica.

VISIÓN PROPUESTA PARA LA MICRO EMPRESA “MICASA”

Ser una empresa líder dentro de los cinco años en la producción y comercialización de chontacuro en la región amazónica, ofreciendo un producto garantizado en calidad e higiene.

OBJETIVOS

1. Brindar un producto de calidad e higiene al alcance de su clientela.

2. Obtener utilidad.
3. Lograr un buen posicionamiento en el mercado.
4. Establecer una buena cultura y clima organizacional.

VALORES

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Compañerismo
- ✓ Lealtad
- ✓ Honradez
- ✓ Puntualidad

ESTRUCTURA LEGAL Y ADMINISTRATIVA

ESTRUCTURA LEGAL

Acta De Constitución

En la ciudad de Orellana a los 2 días del mes de Septiembre del 2013 a partir de las 08h00 de la mañana, se reúne un grupo de personas naturales de manera libre y voluntaria, con plenas capacidades y en goce de todos sus derechos, bajo el asesoramiento de la Dra. Carmen Campoverde, se reunieron para asociarse dentro de una Compañía de Responsabilidad

Limitada, con el fin de lucro como parte fundamental en el desarrollo comercial de Orellana.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA “MICASA”

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 Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- MIRIAN CARMITA MAZA ROMERO, ecuatoriana portadora de la cédula número 210008895-5, de estado civil casada, SANDRO VINICIO TORRES VELEZ con cédula de ciudadanía número 0914965306 de estado civil casado, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la empresa “MICASA”. Cía. Ltda.

Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización chontacuros, como compañía limitada, que se someterán a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio.

SEGUNDA: ESTATUTOS DE MICASA CÍA.LTDA.**CAPÍTULO PRIMERO****DENOMINACIÓN, NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN.**

Art. 1.- Constitúyase en la ciudad del Coca, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Orellana, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “MICASA CÍA.LTDA.”

Art. 2.- La compañía tiene por objeto y finalidad, producir y comercializar chontacuro en el territorio provincial y nacional, podrá si mismo adquirir todo tipo de bienes muebles e inmuebles encaminados a cumplir su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionadas con el objeto principal de la compañía.

Art. 3.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

Art. 4.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse dela fecha de inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía, puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

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

Art. 5.- El Capital social de la compañía es de mil quinientos dólares, dividido en mil quinientas participaciones de un dólar cada, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

Art.6.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en forma prevista en la ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

Art.7.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

Art.8.- La Compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará costar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y el valor del

certificad, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y, para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

Art.9.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

Art.10.- Las participaciones de ésta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose por ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebrará por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la Ley. Los socios tienen derecho preferentemente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

Art.11.- En las juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

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

Art.12.- Son obligaciones de los socios:

Las que señalan la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

Art.13.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

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

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

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

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos-.

Art.14.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

Art.15.- El gobierno y la administración de la compañía social ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

Art.16.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es un órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar un quórum.

Art.17.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente los

asistente quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la Junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente convocada.

Art.18.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinaria en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

Art.19.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

Art.20.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y, en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

Art.21.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan

estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art.22.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la Ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

Art.23.- Las sesiones de la Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en falta la Junta elija en cada caso.

Art.24.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

Art.25- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

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

Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas justificativas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos.

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

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

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

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

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

Acordarla venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía

Aprobar el presupuesto de la compañía:

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

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

Art.26- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

Art.27- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

Art.28- Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

Convocar y presidir las sesiones de la Junta General de Socios y suscribir las actas;

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

Reemplazar al gerente, por la falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y e haya

inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

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

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

Art.29- DEL GERENTE.- El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

Art.30- Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía.

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará

conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías.

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;

Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Art.31- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

Art.32- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que constituye la compañía “MICASA CÍA LTDA.” ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señora MIRIAN CARMITA MAZA ROMERO veinte seis mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de veinte seis mil dólares; el señor SANDRO VINICIO TORRES VÉLEZ veinte seis mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de veinte seis mil dólares; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias de la ciudad de El Coca en una cuenta denominada “Cuenta de Integración del Capital”, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la Compañía autorizan al Dr. Fernando Soto, abogado de la empresa, se encargue de los trámites pertinentes, encaminada a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Es dada y firmada en la Ciudad de El Coca a los 2 días del mes de Octubre del 2013.

Ing. Com.Mirian Carmita Maza Romero
CI: 210008895-5

Sandro Vinicio Torres Vélez
CI: 0914965306

➤ **Permiso de funcionamiento:**

- Copia declaratoria de actividad comercial en el SRI.
- Petición al Municipio de Orellana para poder operar dentro de la localidad.
- Copia de cedula de los actores.
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Permiso de funcionamiento del ministerio de Salud Pública
- Pago de patentes municipales.

Estructura administrativa

Niveles jerárquicos

La empresa **“MICASA” Cía. Ltda.** dedicada a la producción y comercialización de chontacuros en la provincia de Orellana, se fundamenta en la jerarquía organizacional que toda empresa debe tener y está conformada por los siguientes niveles:

Nivel legislativo:

En el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformada por los socios de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de

Socios en la cual participan dos socios los cuales son: Ing. Com. Mirian Carmita Maza Romero y Sandro Vinicio Torres Vélez.

Nivel ejecutivo:

En este nivel se encuentra la gerencia que es el responsable del éxito o el fracaso de una empresa. En la Empresa la gerencia la ocupara uno de los socios de esta empresa como es la Sra. Mirian Carmita Maza Romero.

Nivel asesor:

En el nivel asesor se encuentra el asesor jurídico y el ingeniero agrícola, los cuales interviene en los asuntos legales y en asistencia agrícola respectivamente, cuando la empresa requiera. Sus funciones básicas serán el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa y asistencia agrícola en el tratamiento de la producción del chontacuro.

Nivel auxiliar:

Este nivel está conformado por una Secretaria - contadora es una unidad que corresponde al nivel auxiliar cuya función es atender a los clientes, recibir órdenes del gerente y llevar la contabilidad.

Nivel operativo:

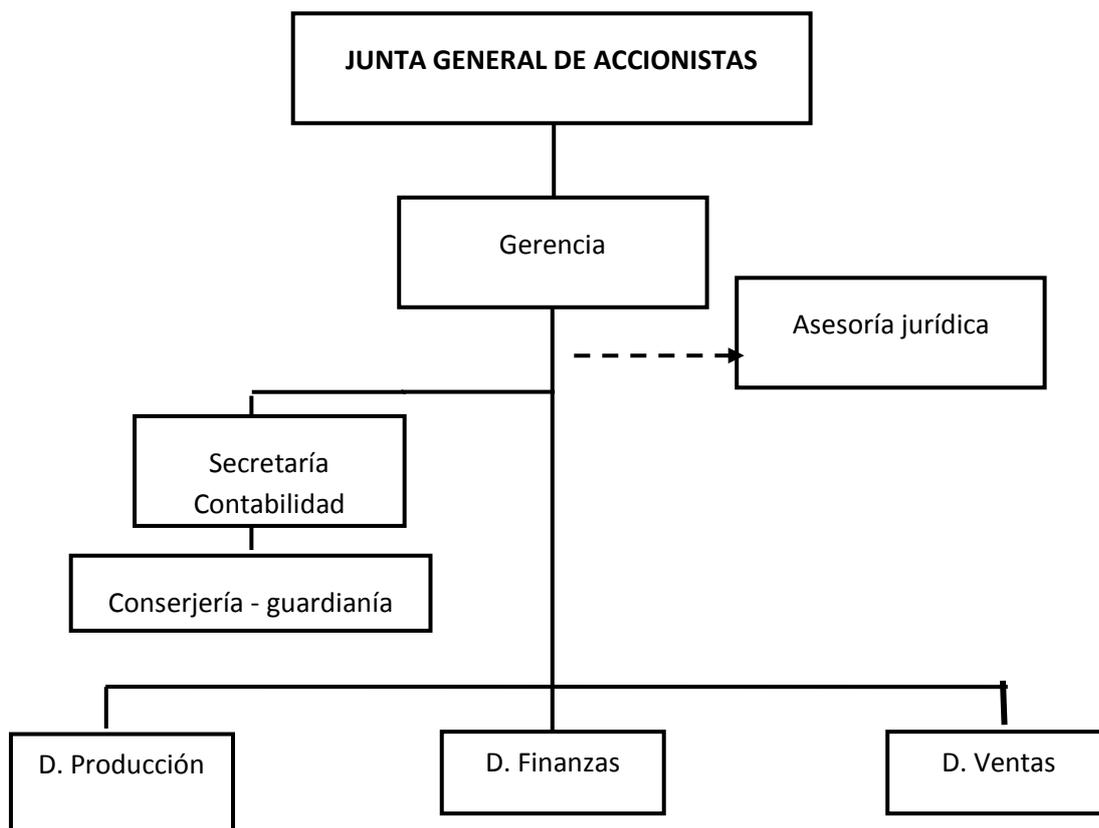
Este nivel está conformado por los jefes departamentales y demás dependientes responsables de ejercer las actividades básicas operativas,

aquí se encuentran además los trabajadores u obreros; los mismos que percibirán un sueldo más beneficios de ley establecidos en la constitución ecuatoriana.

Organigramas

GRÁFICO No.31

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “MICASA” Cía. Ltda.

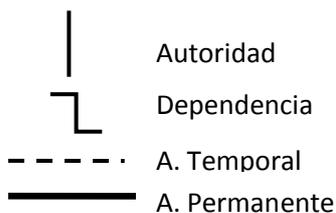
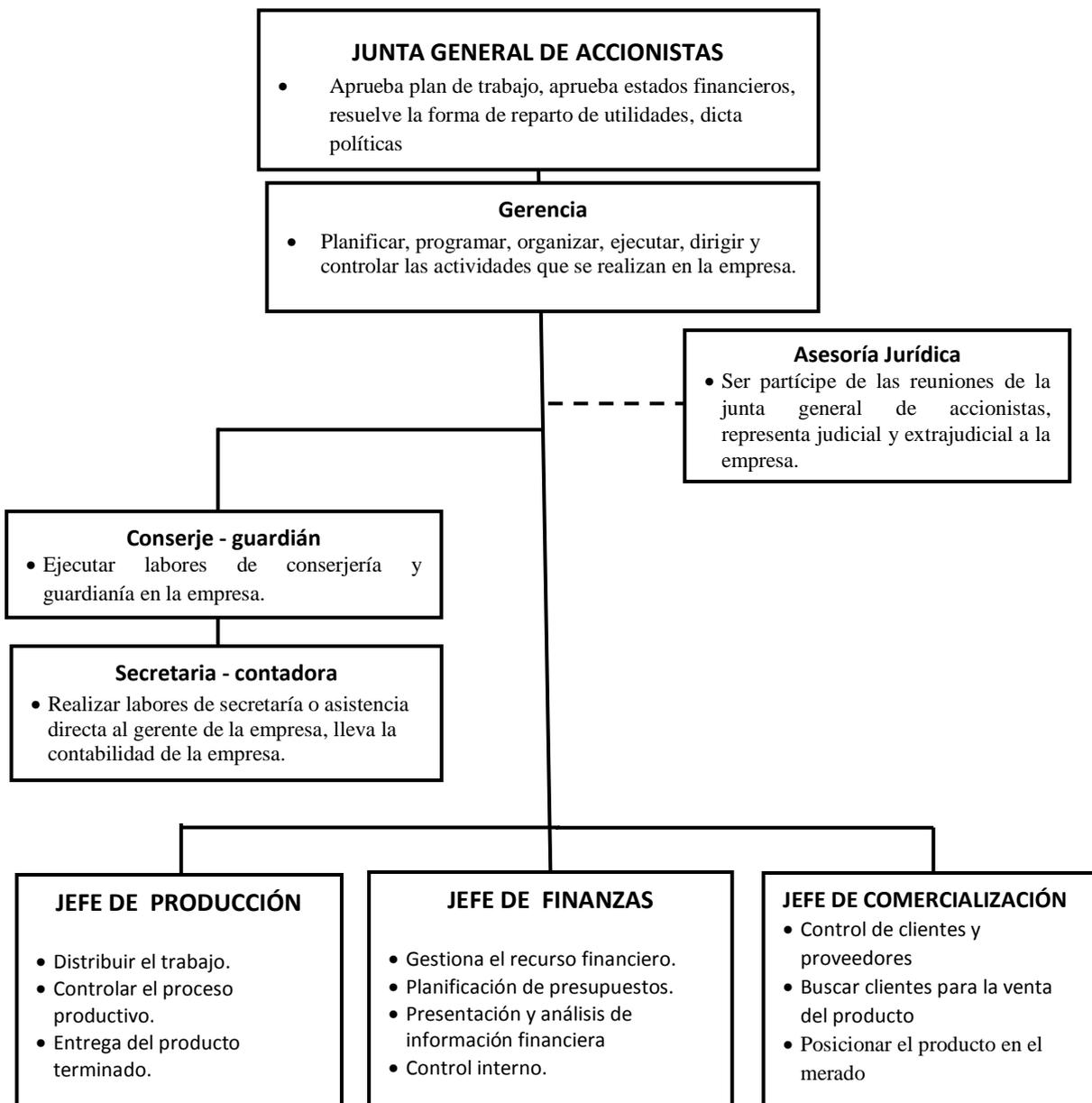


- | Autoridad
- └ Dependencia
- - - - - A. Temporal
- _____ A. Permanente

Fecha de elaboración: 2/09/2013
 Fecha de aprobación: 12/09/2013

Fuente: estudio técnico y organizacional

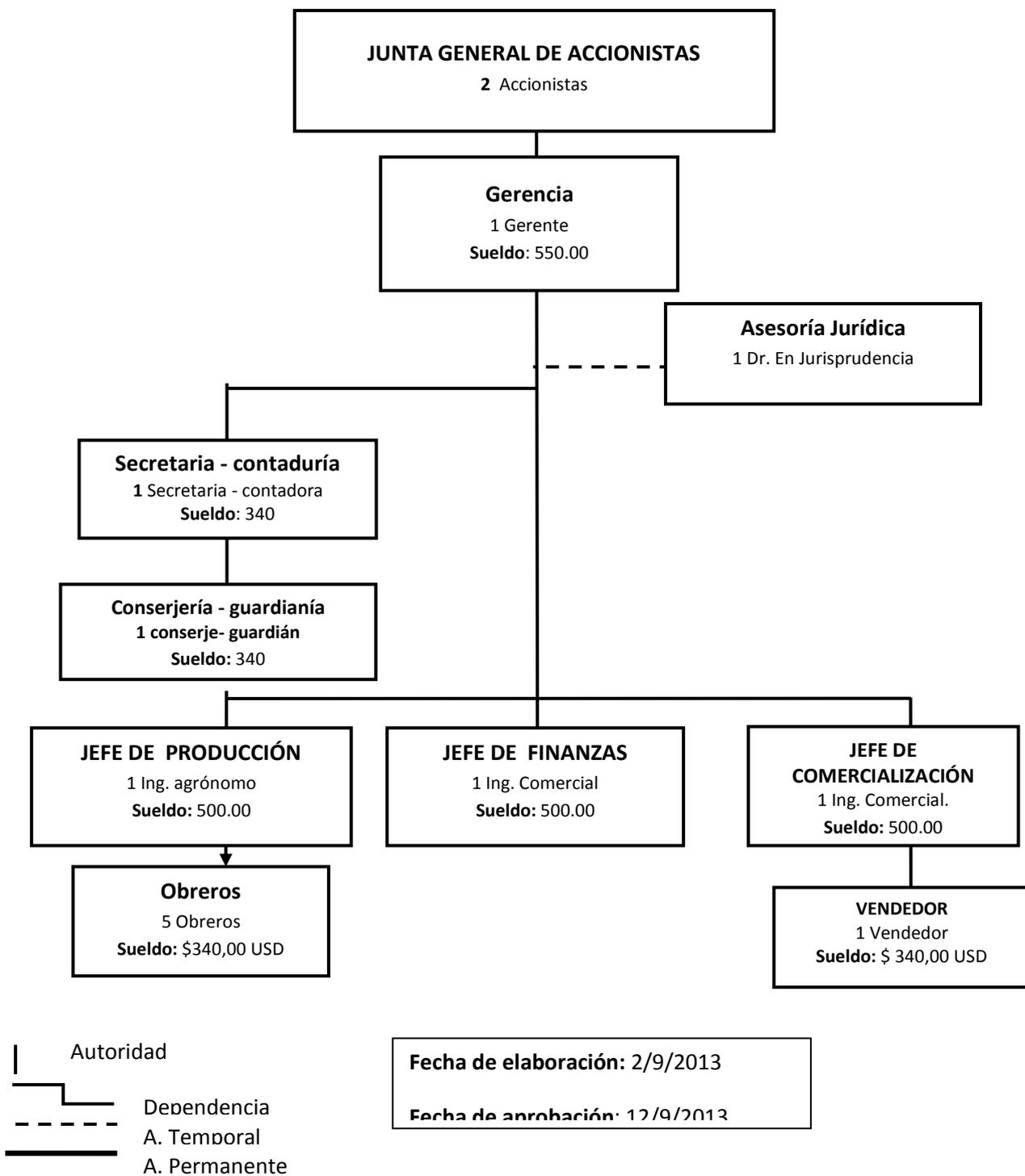
GRÁFICO No.32
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “MICASA” Cía. Ltda.



Fecha de elaboración: 2/09/2013
Fecha de aprobación: 12/09/2013

Fuente: estudio técnico y organizacional

GRÁFICO No.33
ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “MICASA” Cía. Ltda.”



Fuente: estudio técnico y organizacional

Hoja de descripción de funciones

NOMBRE DEL PUESTO:	GERENTE
CODIGO:	001
NIVEL JERARQUICO:	EJECUTIVO
DEPENDIENTE DE:	JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
No. DE SUBALTERNOS:	DIEZ
ROL DEL PUESTO:	
Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar La buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa • Velar por el cumplimiento de normas legales y resoluciones de la Junta general de accionistas. • Elaborar los presupuestos para la empresa. • Planificar las diferentes actividades de la empresa, • Organizar en forma coordinada los recursos y actividades, materiales, técnica y humana. • Ejecutar los diferentes planes de acción trazados y las disposiciones de la empresa. • Inspeccionar y analizar la programación de cada uno de los departamentos con el fin de administrar correctamente. • Controlar la ejecución de los planes para realizar los ajustes correspondientes. 	
INTERFAS:	
Comunicación permanente con Secretaria de gerencia, Asesor Jurídico, jefe de producción, jefe financiero, jefe de comercialización	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Ingeniería Comercial • Cursos en producción de alimentos. • Cursos de Relaciones Humanas • Cursos de Mercadotecnia 	
EXPERIENCIA:	
Experiencia Mínimo 1 año en manejo de empresas.	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO	
En este puesto no se requiere ningún esfuerzo físico.	
MENTAL	
Se requiere del análisis de presupuestos y oportunidades que se presentaren.	

NOMBRE DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
CODIGO:	002
NIVEL JERARQUICO:	ASESOR.
DEPENDIENTE DE:	GERENTE
No. DE SUBALTERNOS:	NINGUNO
ROL DEL PUESTO:	
Aconsejar, asesorar, e informar sobre proyectos relacionados con el Aspecto Legal de la Empresa	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico. • Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. • Elaborar contratos • Aconsejar en Materia legal 	
INTERFAS:	
Tendrá mayor comunicación con el Gerente y Junta General de Accionistas.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN:	
<ul style="list-style-type: none"> • Doctor En Jurisprudencia 	
EXPERIENCIA:	
Mínimo 5 años en ejercicio de su profesión	
Haber trabajado en empresas públicas o privadas.	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO.	
Implica movilizarse a los diferentes tribunales y juzgados.	
MENTAL	
Establecer estrategias para la defensa de la empresa.	

NOMBRE DEL PUESTO:	SECRETARIA - CONTADORA
CODIGO:	003
NIVEL JERARQUICO:	APOYO
DEPENDIENTE DE:	GERENTE
No. DE SUBALTERNOS:	UNO.
ROL DEL PUESTO:	
Manejar y tramitar documentos de la empresa, ejecutar operaciones contables.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener buenas relaciones interpersonales, externas e internas. • Mantener un archivo ordenado y adecuado de los documentos de la empresa. • Controlar el ingreso y egreso de comunicaciones. • Recibir y ejecutar todas las actividades telefónicas • Atender el teléfono y archivar documentos • Llevar la agenda diaria de trabajo del gerente. • Mantener la información contable de la empresa al día. • Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas. • Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios. • Desarrollar sistemas contables necesarios para la Institución. • Elaborar comprobantes de los movimientos contables. • Analizar los diversos movimientos de los registros contables. • Corregir los registros contables. • Elaborar los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la unidad de registro, en la documentación asignada. • Verificar la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad. • Tramitar documentación referente al IESS. • Declarar y pagar impuestos. 	
INTERFAS:	
Tiene mayor comunicación con el gerente.	

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS**EDUCACIÓN:**

- Título de Secretariado Ejecutivo
- Cursos de Relaciones Humanas
- Haber realizado cursos de mecanografía y redacción ortográfica.
- Curso de contabilidad computarizada.
- Cursos de tributación.

EXPERIENCIA:

Mínimo dos años en funciones similares.

TIPO DE ESFUERZO**FÍSICO**

Implica constante movimiento de las manos, además de la movilización a las oficinas de tributación.

MENTAL

Entender y redactar documentos.

Esclarecimiento de todos los movimientos contables de la empresa

NOMBRE DEL PUESTO:	CONSERJE - GUARDIÁN
CODIGO:	004
NIVEL JERARQUICO:	AUXILIAR
DEPENDIENTE DE:	SECRETARIA- CONTADORA
No. DE SUBALTERNOS:	NINGUNO
ROL DEL PUESTO:	
Encargado de las actividades de tramitación administrativa, limpieza y vigilancia de las instalaciones de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpia el área física de la empresa. • Entregar y receptor la correspondencia de la compañía. • Estar vigilando permanentemente la empresa. • Controlar el ingreso y salida de personas de la empresa • Informar a sus superiores sobre acontecimientos que atenten a la seguridad de la empresa. • Custodiar los bienes muebles e inmuebles de propiedad de la compañía • Garantizar la protección de las personas y de los bienes de la empresa. 	
INTERFAS: Tiene mayor comunicación con la secretaria.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Bachiller • Haber cumplido con el Servicio Militar Obligatorio. • Curso de preparación física y defensa personal • Curso de Relaciones Humanas. 	
EXPERIENCIA:	
Mínimo dos años en funciones similares.	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO	
Implica constante movimiento dentro de la empresa la realizar la limpieza de instalaciones	
Al custodiar las instalaciones de la compañía.	
MENTAL	
En este puesto no se requiere ningún esfuerzo mental.	

NOMBRE DEL PUESTO:	JEFE DE PRODUCCIÓN
CODIGO:	005
NIVEL JERARQUICO:	OPERATIVO
DEPENDIENTE DE:	GERENTE
No. DE SUBALTERNOS:	TRES
ROL DEL PUESTO:	
Planificar, organizar, dirigir y controlar las labores de producción y mantenimiento.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y ejecutar las actividades de producción diaria, semanal, mensual y anual. • Organizar la personal para la ejecución sistemática de la producción • Controlar la buena utilización de las materias primas. • Supervisar cada una de las fases del proceso productivo. • Llevar registros de la producción efectuada • Presentar informes mensuales a la gerencia. • Realizar el control de la calidad del producto. 	
INTERFAS: Comunicación directa con trabajador y Gerente.	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
EDUCACION	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de ingeniero agrónomo o doctor en Medicina Veterinaria. 	
EXPERIENCIA:	
Mínimo 2 años en funciones similares.	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO.	
Implica movilizarse por toda la planta y el área de producción.	
MENTAL	
Establecer estrategias para mejorar los procesos producción.	

NOMBRE DEL PUESTO:	JEFE FINANCIERO
CODIGO:	006
NIVEL JERARQUICO:	OPERATIVO
DEPENDIENTE DE:	GERENTE
No. DE SUBALTERNOS:	NINGUNO
ROL DEL PUESTO:	
Elaborar la proformas presupuestarias, realizar análisis e interpretación de los estados financieros.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las disposiciones reglamentarias • Planificar las actividades financieras a corto y largo plazo • Asignar fondos al departamento de producción. • Controlar eficiente del manejo y desembolso de recursos económicos para el desarrollo de las operaciones de la microempresa. • Evaluar opciones de reinversión. • Distribuir las utilidades generadas por el ejercicio económico de la microempresa. • Realizar los análisis a la información financiera • Proponer alternativas para mejorar la rentabilidad de la empresa. • Presentar informes de forma mensual de la actividad financiera a su cargo. • Administrar y controlar los ingresos y egresos de los diferentes fondos que se manejan en la empresa. • Elaborar proyecciones de ingresos y gastos estimados para la elaboración del presupuesto anual. 	
INTERFAS:	
Tiene mayor comunicación con Gerente	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
EDUCACION:	
Título profesional en Administración de empresas y/o especialización en finanzas.	
EXPERIENCIA:	
Mínimo tres años en funciones similares.	
TIPO DE ESFUERZO:	
FÍSICO	
En este puesto no se requiere ningún esfuerzo físico.	
MENTAL	
Se requiere del análisis de presupuestos y estados financieros de la empresa.	

NOMBRE DEL PUESTO:	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN
CODIGO:	007
NIVEL JERARQUICO:	OPERATIVO
DEPENDIENTE DE:	GERENTE
No. DE SUBALTERNOS:	UNO
ROL DEL PUESTO:	
Distribuir y comercializar el producto y reunir los factores y hechos que influyen en el mercado con el fin de crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar investigación de mercados • Elaborar un plan de ventas • Elaborar y presentar al departamento financiero el presupuesto del departamento a su cargo. • Planeación y desarrollo del producto • Establecer precio • Distribuir el producto • Administrar las ventas • Programar y ejecutar labores de venta y publicidad en la empresa. • Realizar visitas de acompañamiento con los vendedores. • Mantener de una relación continuada con los clientes para conocer sus necesidades o problemas. 	
INTERFAS:	
Tiene mayor comunicación con Vendedor , Gerente y Jefe Financiero	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
EDUCACION:	
Título profesional en Administración de empresas y especialización en mercadotecnia y publicidad.	
EXPERIENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo tres años en funciones similares. 	
TIPO DE ESFUERSO	
FÍSICO.	
Movilizarse dentro y fuera de la ciudad y provincia.	
MENTAL	
Establecer estrategias para la venta del producto.	

NOMBRE DEL PUESTO:	OBREROS DE PRODUCCIÓN – SECCIÓN A
CODIGO:	008
NIVEL JERARQUICO:	OPERATIVO
DEPENDIENTE DE:	JEFE DE PRODUCCION
No. DE SUBALTERNOS:	NINGUNO
ROL DEL PUESTO:	
Manipular con diligencia y cuidado los materiales, equipos y maquinaria que intervienen en el desarrollo del proceso productivo.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir Las disposiciones emanadas por los superiores. • Ejecutar labores de cultivo del chontacuro • Elaborar materiales para recolectar los pie de chontacuro • Evitar el desperdicio de materiales utilizados en el cultivo del chontacuro. • Revisar las parcelas periódicamente. 	
INTERFAS:	
Comunicación directa con el Jefe de producción.	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
EDUCACION	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tecnólogo en Agropecuaria o Bachilleren Agronomía • Cursos de capacitación en procesos productivos de alimentos. 	
EXPERIENCIA:	
Mínimo 1 año en funciones similares.	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO.	
Manipular las herramientas y equipos de trabajo dentro de su sección.	
MENTAL.	
<ul style="list-style-type: none"> • No tiene ningún tipo de esfuerzo mental. 	

NOMBRE DEL PUESTO:	OBREROS DE PRODUCCIÓN – SECCIÓN B
CODIGO:	009
NIVEL JERARQUICO:	OPERATIVO
DEPENDIENTE DE:	JEFE DE PRODUCCION
No. DE SUBALTERNOS:	NINGUNO
ROL DEL PUESTO:	
Manipular con diligencia y cuidado los materiales, equipos y maquinaria que intervienen en el desarrollo del proceso productivo.	
FUNCIONES DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir Las disposiciones emanadas por los superiores. • Ejecutar el proceso de higienización, pesado, empaçado y etiquetado del producto. • Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo. • Evitar el desperdicio de materiales durante el proceso. • Mantener los recipientes acondicionados a tiempo. • Desinfectar las instalaciones y mantener el aseo de la planta 	
INTERFAS:	
Comunicación directa con el Jefe de producción.	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
EDUCACION	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tecnólogo en Agropecuaria o Bachilleren Agronomía • Cursos de capacitación en procesos productivos de alimentos. 	
EXPERIENCIA:	
Mínimo 1 año en funciones similares	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO.	
Manipular las herramientas y equipos de trabajo.	
MENTAL.	
No requiere de ningún tipo de esfuerzo mental.	

NOMBRE DEL PUESTO:	VENDEDOR
CODIGO:	010
NIVEL JERARQUICO:	OPERATIVO
DEPENDIENTE DE:	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN
No. DE SUBALTERNOS:	NINGUNO
ROL DEL PUESTO: Comercializar y distribuir el producto.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> • Responder por las ventas en el mercado. • Programar y preparar sus visitas • Entregar los productos a los distribuidores requeridos. • Notificar a sus clientes los cambios que puedan existir en el producto. • Responder del por el producto que le asigna. 	
INTERFAS: Comunicación directa con el jefe de ventas.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología en marketing • Cursos de capacitación en el área de ventas. 	
EXPERIENCIA: Mínimo 1 años en funciones similares.	
TIPO DE ESFUERZO	
FÍSICO. Movilizarse a establecimientos de venta para ofrecer el producto.	
MENTAL Realizar operaciones matemáticas para establecer cantidades correspondientes al número de productos vendidos.	

ESTUDIO FINANCIERO

En el presente estudio se analizará la inversión total y el financiamiento que conlleva un negocio de estas características como es la producción y la comercialización de chontacuros.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

En todo cuanto se refiere a las inversiones y financiamiento se lo hace en función a los requerimientos de talento humanos, recursos materiales y físicos necesarios, los cuales representan desembolsos en efectivo para la adquisición de activos fijos.

Inversión en Activos Fijos

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de producción y comercialización como complemento necesario para la operación normal de la empresa.

A continuación se hace la descripción de todos los activos fijos:

INFRAESTRUCTURA

TERRENO

Constituye el área física de terreno, que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta, el mismo que cuenta con servicios básicos y

vías de fácil acceso, cuenta con una dimensión de 2 hectáreas (ha). Cabe indicar que el terreno a adquirir cuenta con las plantas de coco en pie.

Cuadro No.21 TERRENO

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área total del terreno	2 ha	42000	84000
TOTAL			84000

Fuente: Cotización en la localidad.

Elaboración: La autora

CONSTRUCCIÓN

Es la infraestructura física con que será construido la planta, la misma que cuenta con área administrativa, área de producción, bodega de materiales e insumos, área para baños, vivienda del conserje y área de circulación.

Cuadro No.22 CONSTRUCCIÓN

DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDA	VALOR	VALOR
Área para conserjería	mt.	27	310	8370
Área de producción	mt.	34,5	310	10695
Área de Bodega materiales e	mt.	6,75	310	2092,5
Área Administrativa	mt.	26,13	310	8100,3
Área de libre circulación	mt.	5,62	310	1742,2
TOTAL		100		31000

Fuente: Profesional de Ingeniería

Elaboración: La autora

ADECUACIONES E INSTALACIONES

Para el buen desempeño de todas las actividades tanto productivas como administrativas, se ha previsto realizar adecuaciones, en cuanto a la disponibilidad de los espacios físicos con que cuenta la planta.

Cuadro No.23 ADECUACIONES E INSTALACIONES

DENOMINACION	VALOR TOTAL
Instalaciones eléctricas	950
Pintado de instalaciones	1200
Divisores de espacios físicos	1970
Montaje de maquinaria y equipo	550
TOTAL	4670,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

MAQUINARIA Y EQUIPO

Dentro de este rubro se agrupan los valores correspondientes a las erogaciones para equipar a la empresa de la maquinaria y equipos necesarios que intervienen en el proceso productivo.

Cuadro No.24 MAQUINARIA Y EQUIPO

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cinta transportadora	1	5000	5000
Tanque de acero inoxidable	1	150	150
Balanza electrónica	2	12	24
Sierra eléctrica	1	110	110
Carrito montacarga	2	25	50
TOTAL			5.334

Fuente: Cotizaciones en DIMETAL.SA, ferreterías de la localidad

Elaboración: La autora

MUEBLES Y ENSERES DEPRODUCCIÓN

Dentro de este rubro se han especificado lo que se requiere como parte complementaria en el área de producción

Cuadro No.25 MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de acero inoxidable	1	100	100
Perchas metálicas	11	98	1078
TOTAL			1.178

Fuente: Cotizaciones DIMETAL.SA

Elaboración: La autora

HERRAMIENTAS

Dentro de este rubro se agrupan todas aquellas herramientas que nos permiten realizar actividades de producción.

Cuadro No.26 HERRAMIENTAS

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Machetes	2	24	48
Palas	2	15	30
Martillo	2	4	8
Rastrillo	2	10	20
Pico	2	15	30
Hacha	2	12	24
TOTAL			160

Fuente: Cotizaciones en ferretería "Rocío"

Elaboración: La autora

VEHÍCULO

Se considera necesaria la adquisición de un vehículo, para el transporte del producto de la empresa, para lo cual es necesario adquirir una camioneta mazda. BT-50 2wd a gasolina 2.2l cabina simple chasis

Cuadro No.27 VEHÍCULO NUEVO

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta mazda	1	19.990	19990
TOTAL			19990

Fuente: Cotizaciones en patio de venta de vehículos de la localidad.

Elaboración: La autora

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Comprende todos los muebles y equipos que se requieren para la adecuación de las oficinas de acuerdo a la función para la que fueron diseñadas.

Cuadro 28. MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	5	120	600
Sillas	8	5	40
Sillón ejecutivo	3	15	45
Archivador	2	110	220
Teléfonos	2	140	280
Sumadora	1	15	15
TOTAL			1200

Fuente: Cotizaciones mueblería "Madera fina"

Elaboración: La autora

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Son aquellos equipos que permiten que las actividades administrativas se las realicen en forma rápida y eficiente.

Cuadro 29. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Pentium IV	5	780	3900
Impresora Norma CANON 200	3	70	210
TOTAL			4110,00

Fuente: Importadora Cevallos

IMPREVISTOS

Es necesario contar con un valor para los imprevistos que puedan presentarse, en este caso se proveerá el 5% para imprevistos, siendo este rubro por un valor de \$ 7.582,10

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro 30

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Terreno	84000,00
Construcción	31000,00
Adecuaciones e instalaciones	4670,00
Maquinaria y equipo	5334,00
Muebles y enseres de producción	1178,00
Herramientas	160
Vehículo	19990
Muebles de oficina	1200
Equipos de computo	4110,00
Imprevistos 5%	7.582,10
TOTAL	159224,10

Fuente: cuadros 20 al 27

Elaboración: La autora

Reinversión de activo fijo

Dado que la vida útil de los equipos de computación es para tres años, se realizará una reinversión en el cuarto año, para lo cual se tomó el valor inicial que es de \$ 4110 con un incremento anual del 5,11%

Cuadro 31. REINVERSIÓN DE ACTIVO FIJO

Año	Costo	VALOR INCREMENTADO	COSTO INCREMENTADO ANUALMENTE
1	4110	210	4320,02
2	4320,02	220,75	4540,77
3	4540,77	231,99	4772,80
4	4772,80	243,89	5016,69

Elaboración: La autora

El valor que se reinvertirá en cuanto a equipos de cómputo se refiere, para el cuarto año de vida útil del proyecto será de \$5016,69.

Inversión en Activos Diferidos

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto como estudios preliminares, patentes, gastos de constitución, etc., antes de entrar en operación, tienen la característica de ser intangibles, los mismos que deben amortizarse para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro No. 32 Inversión en Activos Diferidos

DENOMINACION	VALOR
Elaboracion del proyecto	1600
Permisos de funcionamiento	150
Permisos de construcción	250
Registro sanitario	150
Gastos organizativos	100
Imprevistos 5%	112,5
TOTAL	2362,5

Fuente: Investigación directa, GADFO, Notaría 5ta.

Elaboración: La autora

Amortización de activos diferidos

TABLA No.1

DESCRIPCION	VALOR	10%
Activo Diferido	2.362,50	236,25

Fuente: Cuadro No.33

Elaboración: La autora

Inversión en Activo corriente o Capital de Trabajo para el proceso productivo

Con esta denominación se designa a los valores en que debe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un determinado período de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas.

Estos rubros son calculados para dos meses con lo que se determinará la inversión inicial, ya que después de transcurrido este tiempo se generan ingresos propios producidos por las ventas, lo cual corresponde a la inversión inicial.

A continuación se demuestran los rubros de este activo.

MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima considerada para el presente proyecto constituyen los escarabajos del chontacuro, los cuales tendrán un rendimiento máximo para cada parcela cultivada, y que para este efecto se requieren de 75 escarabajos, considerando que el cultivo será rotativo con una duración de 3 días de permanencia del escarabajo en la planta de coco. (Ver proyección anual anexo No.4)

Cuadro No. 33 MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Escarabajos	75	0,2	15	90
TOTAL			15,00	

Fuente: Mercado de Orellana

Elaboración: La autora

MATERIALES INDIRECTOS

Son todos aquellos materiales que intervienen de manera indirecta en la comercialización del chontacuro. (Ver proyección anual anexo No.5)

Cuadro No. 34 MATERIALES INDIRECTOS

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tarrinas	325	0,10	32,5
Etiquetas	325	0,03	9,75
Lechugas	32	0,20	6,4
TOTAL			48,65

Fuente: Mercado de Orellana, Plásticos ecuatorianos alegría

Elaboración: La autora

MANO DE OBRA DIRECTA

Para el presente proyecto se requiere de cinco obreros, los mismos que intervienen en el proceso cultivo y cosecha del chontacuro pesado y llenado de envases listos para la comercialización y que se fijará su remuneración de acuerdo a las leyes vigentes.

(Ver proyección anual anexo No.6)

Cuadro No. 35 MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACION	RUBROS	NO. DE OBREROS	TOTAL
SUELDO BASICO	340,00	5	1.700
Ap. Pat. (12,15%)	41,31		206,55
XIII SUELDO	28,33		141,65
XIV SUELDO	28,33		141,65
VACACIONES	14,17		70,85
APORTE IEES 9,35 %	31,79		158,95
A PAGAR MENSUAL			2101,77
A PAGAR POR 2 MESES			4203,53
PAGO ANUAL		25221,20	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Para el cálculo de los sueldos de mano de obra directa para el primer año no se ha considerado los fondos de reserva, mientras que a partir del segundo año si se considera este rubro, para lo cual se ha realizado el siguiente calculo.

$\$ 340 \times 5$ (obreros) = \$ 1.700 por pagar de fondos de reserva

$\$ 25221,20$ (primer año) + \$1.700 (fondos de reserva) = \$ 26921,20

$\$ 26921,20 \times 8,81\%$ de incremento = \$ 29.292,96 (segundo año)

MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta está constituida para el presente proyecto el jefe de producción, quién se encarga de la dirección y coordinación de las acciones productivas. (Ver proyección anual anexo No.7)

Cuadro No. 36 MANO DE OBRA INDIRECTA

NOMINA	SUELDO BASICO	Ap. Pat. (12,15%)	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	APORTE IEES 9,35 %	TOTAL
Jefe de producción	500,00	60,75	41,67	26,50	20,83	56,10	595,48
TOTAL MENSUAL							595,48
TOTAL POR 2 MESES							1190,96
TOTAL ANUAL							7145,80

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Calculo de fondos de reserva para el segundo año

\$ 500 x 1 (jefe de producción) = \$ 500 por pagar de fondos de reserva

\$ 7.145,80 (primer año) +\$500 (fondos de reserva) = \$ 7.645,80

\$ 7.645,80 x 8,81% de incremento = \$ 8.319,39 (segundo año)

SERVICIOS BASICOS

Área producción:- Los servicios básicos dentro del área de producción están considerados como aquellos que sirven de complemento dentro del proceso productivo, por ello se ha considerado el servicio de agua y el de energía eléctrica

Área administrativa:- Dentro de este rubro se considera el gasto de servicios de la energía eléctrica, agua, telefonía e internet que se utilizará en el área administrativa.

Para la proyección anual se ha considerado un incremento del 1%, ya que de acuerdo a las políticas gubernamentales no ha existido ningún incremento en los últimos años, más bien se ha considerado el hecho de que exista más consumos de KW. (Ver proyección anual anexo No.8)

Cuadro No. 37 SERVICIOS BASICOS

DENOMINACION	CONSUMO	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	V.MENSUAL TOTAL POR ÁREA	VALOR T. POR 2 MESES	VALOR TOTAL ANUAL
<u>Área producción</u>						
Luz eléctrica	133	0,16	21,73	38,73	77,4644	464,79
Agua	20,00 m3	0,85	17,00			
<u>Área administrativa</u>						
Luz eléctrica	134	0,16	21,90	68,40	136,7912	820,75
Agua	10,00 m3	0,85	8,50			
Teléfono e internet	1 mes	38,00	38,00			

Fuente: empresa de agua potable, empresa eléctrica

Elaboración: La autora

MANTENIMIENTO DE CONSTRUCCIÓN

Este valor corresponde a aquellos que se generan por el deterioro o alguna situación física que le pueda afectar a las instalaciones. (Ver proyección anual anexo No.9)

Cuadro No. 38 MANTENIMIENTO DE CONSTRUCCIÓN

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Construcción	31.000	5%	1550,00
TOTAL ANUAL			1550,00
TOTAL 2 MESES			258,33
TOTAL MENSUAL			129,17

Fuente: Asociación de la construcción de Orellana

Elaboración: La autora

SUMINISTROS Y MATERIALES DE PRODUCCIÓN

Cuadro No.39 SUMINISTROS Y MATERIALES DE PRODUCCIÓN

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kavetas plásticas	15	7	105
Tachos plásticos	125	4	100
TOTAL			205

Fuente: Cotizaciones en Pica, Plásticos alegría

Elaboración: La autora

SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Lo constituye aquellas remuneraciones que se les tiene que pagar al personal que laborará en las actividades administrativas de la empresa como el gerente y la secretaria – contadora, conserje y el jefe financiero. (Ver proyección anual anexo No.10)

Cuadro 40. SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

No. De empleado	NOMINA	SUELDO BASICO	Ap. Pat.(12,15 %)	XII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	APORTE IESS 9,35%	TOTAL
1	Gerente	550	66,83	45,83	28,33	22,92	51,43	662,48
1	Secretaria	340	41,31	28,33	28,33	14,17	31,79	420,35
1	Conserje	340	41,31	28,33	28,33	14,17	31,79	420,35
1	Jefe financiero	500	60,75	41,67	28,33	20,83	46,75	604,83
TOTAL MENSUAL								2108,02
TOTAL POR 2 MESES								4216,05
TOTAL ANUAL								25296,28

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Cálculo de fondos de reserva

\$ 550 (gerente) + \$ 340 (secretaria) + \$ 340 (conserje) + \$ 500 (jefe financiero) = \$ 1.730 por pagar de fondos de reserva

\$ 25296,28 (primer año) +\$1.730 (fondos de reserva) = \$ 27.026,28

\$ 27.026,28 x 8,81% de incremento = \$ 29.407,30 (segundo año)

SUMINISTROS DE OFICINA

Son aquellos materiales necesarios que apoyan a la ejecución de las actividades administrativas de la empresa. (Ver proyección anual anexo No.11)

Cuadro 41. SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Facturas	libretin x 100	4	6,00	24,00
Clips	caja x 100	2	0,50	1,00
Estilete	unidad	2	0,15	0,30
Perforadora	unidad	2	1,50	3,00
Grapadora	unidad	2	1,50	3,00
Grapas	caja x 100	3	0,50	1,50
Cinta adhesiva	unidad	6	0,15	0,90
Sacagrapas	unidad	2	1,00	2,00
Portapapeles	unidad	2	3,00	6,00
Papel Bond	Resma	1	2,90	2,90
Esferos	Docena	1	2,40	2,40
Borradores	Unidad	1	0,25	0,25
Tinta impresora	Cartucho	2	18,50	37,00
Carpetas Archivador	Unidad	1	2,50	2,50
Carpeta folder	Unidad	12	0,15	1,80
TOTAL anual				88,55
Total Mensual				7,38
TOTAL 2 MESES				14,76

Fuente: cotizaciones en la Imprenta Ibarra

Elaboración: La autora

UTILES DE LIMPIEZA

Este rubro lo constituyen todos los implementos necesarios para el aseo de los diferentes departamentos de la empresa. (Ver proyección anual anexo No.12)

Cuadro 42. UTILES DE LIMPIEZA

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	2	2,50	5,00
Tachos de basura	2	5,00	10,00
Trapeador	2	2,80	5,60
Papel Higiénico	40	0,03	1,20
Desinfectante	12	5,00	60,00
Detergente	2	5,00	10,00
Jaboncillo	200	0,75	150,00
Franelas	1	1,50	1,50
Fundas de basura	4	1,27	5,08
Recogedor de basura	2	1,50	3,00
basureros impermeable	2	6	24
delantal	3	6,5	19,5
guantes	4	4,5	18
	184	1,5	276
TOTAL ANUAL			588,88
TOTAL MENSUAL			49,07
TOTAL POR 2 MESES			98,15

Fuente: cotizaciones en bodegas de la localidad.

Elaboración: La autora

SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS

Este rubro corresponde al pago que se realiza al jefe de ventas y el vendedor, tomando en cuenta beneficios de ley respectivos. (Ver proyección anual anexo No.13)

Cuadro No.43 SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS

No. De empleado	NOMINA	SUELDO BASICO	Ap. Pat.(12,15%)	XII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	APORTE IESS 9,35%	TOTAL
1	Jefe Comercialización	500	60,75	41,67	28,33	20,83	46,75	651,58
1	Vendedor	340	41,31	28,33	28,33	14,17	31,79	452,14
TOTAL MENSUAL								1103,73
TOTAL POR 2 MESES								2207,45
TOTAL ANUAL								13244,72

Fuente: Inspectoría de trabajo

Elaboración: La autora

Cálculo de fondos de reserva

\$ 500 (Jefe de comercialización) + \$ 340 (vendedor) = \$ 840 por pagar de fondos de reserva

\$ 13.244,72 (primer año) +\$ 840 (fondos de reserva) = \$ 14.084,72

\$ 14.084,72 x 8,81% de incremento = \$ 15.325,58 (segundo año)

PUBLICIDAD

La publicidad se la realizará a través de diferentes medios de comunicación masiva y de mayor impacto. (Ver proyección anual anexo No.14)

Cuadro 44. PUBLICIDAD

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Radio Cumandá	24	5,50	132,00
Televisión	20	12,50	250,00
TOTAL MENSUAL			382,00
TOTAL POR 2 MESES			764,00
TOTAL ANUAL			4584,00

Fuente: Cotizaciones en los diferentes medios de comunicación

Elaboración: La autora

MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

El vehículo adquirido por la empresa incurrirá en gastos como lubricantes, llantas, repuestos, arreglos, etc. que se generará por el traslado a los diferentes cantones de la provincia de Francisco de Orellana, así como dentro de la misma localidad, cuyo valor será calculado con el 10% del valor del vehículo (Ver proyección anual anexo No.15).

Cuadro 45. MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta	19.990	10%	1999
TOTAL ANUAL			1999
TOTAL 2 MESES			333,17
TOTAL MENSUAL			166,58

Fuente: Cuadro No.25
Elaboración: La autora

COMBUSTIBLE

Este rubro corresponde al gasto que incurre el uso del vehículo en los recorridos de entrega del producto de la empresa; además, debe indicarse que para la proyección se aplicó tasa de incremento del 3% en razón de que puede subir el número de recorridos del vehículo. (Ver proyección anual anexo No.16)

Cuadro 46. COMBUSTIBLE

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gasolina extra (galón)	64	1,46	93,44
TOTAL MES			93,44
TOTAL 2 MESES			186,88
TOTAL ANUAL			1121,28

Fuente: Gasolinera Repsol

Elaboración: La autora

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO**Cuadro 47.**

ACTIVOS CIRCULANTE	VALOR
Materia prima directa	15,00
Materiales indirectos	48,65
Mano de obra directa	4203,53
Mano de obra indirecta	1190,97
Mantenimiento de construccion	258,33
Sueldos administrativos	4216,05
Servicios básicos	214,26
Suministros y materiales de producción	205
Suministros de oficina	14,76
Útiles de limpieza	98,15
Personal de ventas	2207,45
Publicidad y propaganda	764,00
Mantenimiento de vehículo	333,17
Combustible	186,88
Imprevistos 5%	697,81
TOTAL	14654,00

Fuente: Cuadro No.34 al 46

Elaboración: La autora

Depreciación de activos fijos

Es el valor que se carga al costo de producción por el uso o desgaste de la maquinaria e instalaciones.

Para la depreciación de los activos fijos se utilizará el método línea recta en el cual se supone que el activo se desgasta por igual durante la vida útil, consiste en restar al costo, el valor residual o valor de desecho y dividir para el número de años de vida útil del bien, así:

FÓRMULA:

$$\text{DEP. ANUAL} = \frac{\text{Valor Total} - \text{Valor de Desecho}}{\text{Número de años}}$$

Cuadro 48. RESUMEN DE DEPRECIACIONES

DENOMINACION	CUADROS	CANTIDAD	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Adecuaciones e instalaciones	23	4670,00	10%	467,00	10	420,30
Construcción	22	31000,00	10%	3100,00	10	2790,00
Maquinaria y equipo	24	5334,00	10%	533,40	10	480,06
Herramientas	26	160,00	10%	16,00	15	9,60
Muebles y enseres de produc.	25	1.178	10%	117,80	15	70,68
Muebles y enseres de oficina	28	1200	10%	120,00	10	108,00
Equipos de computo	29	4110,00	33%	1356,30	3	917,90
Vehículo	27	19990,00	10%	1999,00	10	1799,10
TOTAL						6595,64

Fuente: cuadros de 22 al 29

Elaboración: La autora

Resumen total de inversiones

Una vez analizadas las diferentes inversiones en activos fijos y diferidos, así como del capital de trabajo se determina cuánto va a ser la inversión total del proyecto.

Cuadro 49. Resumen Total de Inversiones

ACTIVO FIJO	MONTO	TOTAL	PORCENTAJE
Terreno	84000		
Construcción	31000		
Adecuaciones de instalaciones	4670		
Vehículo	19990		
Maquinaria y equipo	5334		
Muebles y enseres de producción	1178		
Herramientas	160		
Equipos de computo	4110		
Muebles de oficina	1200		
Imprevistos 5%	7582,1		
TOTAL		159224,1	90,34
ACTIVO DIFERIDO			
Elaboracion del proyecto	1600		
Permisos de funcionamiento	150		
Permisos de construcción	250		
Registro sanitario	150		
Gastos organizativos	100		
Imprevistos 5%	112,5		
TOTAL		2362,5	1,34
ACTIVO CIRCULANTE			
Materia prima directa	15,00		
Materiales indirectos	48,65		
Mano de obra directa	4203,53		
Mano de obra indirecta	1190,97		
Mantenimiento de construccion	258,33		
Sueldos administrativos	4216,05		
Servicios básicos	214,26		
Suministros y materiales de producción	205,00		
Suministros de oficina	14,76		
Útiles de limpieza	98,15		
Personal de ventas	2207,45		
Publicidad y propaganda	764,00		
Mantenimiento de vehículo	333,17		
Combustible	186,88		
Imprevistos 5%	697,81		
TOTAL		14654,00	8,31
MONTO TOTAL DE INVERSIÓN		176240,60	100

Fuente: cuadros 30,32,47

Elaboración: La autora

FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de las inversiones se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tomará en consideración dos fuentes:

Fuente Interna: Estará constituida por el capital social, o sea el aporte de los socios.

Fuente Externa: Está constituida por el crédito que otorgará el Banco de Fomento Agencia Orellana con una tasa de interés del 12,50% anual a 5 años plazo. Cabe indicar que el banco tiene la capacidad de financiar hasta el 80% del proyecto.

Cuadro 50. FINANCIAMIENTO

DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	51240,60	29%
Préstamo Banco de Fomento Agencia Orellana	125.000,00	71%
TOTAL	176.240,60	100%

Fuente: Cuadro de Inversiones

Elaboración: la autora

En cuanto al cálculo del capital, se debe indicar que no consideran la amortización de diferidos ni la depreciación de activos fijos, ya que no constituyen egresos efectivos.

TABLA No. 2 AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO

AÑO	CAPITAL	INTERÉS ANUAL 12,50%	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 125.000,00
1	\$ 2.083,33	\$ 1.302,08	\$ 3.385,42	\$ 122.916,67
2	\$ 2.083,33	\$ 1.280,38	\$ 3.363,72	\$ 120.833,33
3	\$ 2.083,33	\$ 1.258,68	\$ 3.342,01	\$ 118.750,00
4	\$ 2.083,33	\$ 1.236,98	\$ 3.320,31	\$ 116.666,67
5	\$ 2.083,33	\$ 1.215,28	\$ 3.298,61	\$ 114.583,33
6	\$ 2.083,33	\$ 1.193,58	\$ 3.276,91	\$ 112.500,00
7	\$ 2.083,33	\$ 1.171,88	\$ 3.255,21	\$ 110.416,67
8	\$ 2.083,33	\$ 1.150,17	\$ 3.233,51	\$ 108.333,33
9	\$ 2.083,33	\$ 1.128,47	\$ 3.211,81	\$ 106.250,00
10	\$ 2.083,33	\$ 1.106,77	\$ 3.190,10	\$ 104.166,67
11	\$ 2.083,33	\$ 1.085,07	\$ 3.168,40	\$ 102.083,33
12	\$ 2.083,33	\$ 1.063,37	\$ 3.146,70	\$ 100.000,00
13	\$ 2.083,33	\$ 1.041,67	\$ 3.125,00	\$ 97.916,67
14	\$ 2.083,33	\$ 1.019,97	\$ 3.103,30	\$ 95.833,33
15	\$ 2.083,33	\$ 998,26	\$ 3.081,60	\$ 93.750,00
16	\$ 2.083,33	\$ 976,56	\$ 3.059,90	\$ 91.666,67
17	\$ 2.083,33	\$ 954,86	\$ 3.038,19	\$ 89.583,33
18	\$ 2.083,33	\$ 933,16	\$ 3.016,49	\$ 87.500,00
19	\$ 2.083,33	\$ 911,46	\$ 2.994,79	\$ 85.416,67
20	\$ 2.083,33	\$ 889,76	\$ 2.973,09	\$ 83.333,33
21	\$ 2.083,33	\$ 868,06	\$ 2.951,39	\$ 81.250,00
22	\$ 2.083,33	\$ 846,35	\$ 2.929,69	\$ 79.166,67
23	\$ 2.083,33	\$ 824,65	\$ 2.907,99	\$ 77.083,33
24	\$ 2.083,33	\$ 802,95	\$ 2.886,28	\$ 75.000,00
25	\$ 2.083,33	\$ 781,25	\$ 2.864,58	\$ 72.916,67
26	\$ 2.083,33	\$ 759,55	\$ 2.842,88	\$ 70.833,33
27	\$ 2.083,33	\$ 737,85	\$ 2.821,18	\$ 68.750,00
28	\$ 2.083,33	\$ 716,15	\$ 2.799,48	\$ 66.666,67
29	\$ 2.083,33	\$ 694,44	\$ 2.777,78	\$ 64.583,33
30	\$ 2.083,33	\$ 672,74	\$ 2.756,08	\$ 62.500,00
31	\$ 2.083,33	\$ 651,04	\$ 2.734,38	\$ 60.416,67
32	\$ 2.083,33	\$ 629,34	\$ 2.712,67	\$ 58.333,33
33	\$ 2.083,33	\$ 607,64	\$ 2.690,97	\$ 56.250,00
34	\$ 2.083,33	\$ 585,94	\$ 2.669,27	\$ 54.166,67
35	\$ 2.083,33	\$ 564,24	\$ 2.647,57	\$ 52.083,33
36	\$ 2.083,33	\$ 542,53	\$ 2.625,87	\$ 50.000,00
37	\$ 2.083,33	\$ 104,17	\$ 2.187,50	\$ 47.916,67
38	\$ 2.083,33	\$ 99,83	\$ 2.183,16	\$ 45.833,33
39	\$ 2.083,33	\$ 95,49	\$ 2.178,82	\$ 43.750,00
40	\$ 2.083,33	\$ 91,15	\$ 2.174,48	\$ 41.666,67
41	\$ 2.083,33	\$ 86,81	\$ 2.170,14	\$ 39.583,33
42	\$ 2.083,33	\$ 82,47	\$ 2.165,80	\$ 37.500,00
43	\$ 2.083,33	\$ 78,13	\$ 2.161,46	\$ 35.416,67
44	\$ 2.083,33	\$ 73,78	\$ 2.157,12	\$ 33.333,33
45	\$ 2.083,33	\$ 69,44	\$ 2.152,78	\$ 31.250,00
46	\$ 2.083,33	\$ 65,10	\$ 2.148,44	\$ 29.166,67

47	\$ 2.083,33	\$ 60,76	\$ 2.144,10	\$ 27.083,33
48	\$ 2.083,33	\$ 56,42	\$ 2.139,76	\$ 25.000,00
49	\$ 2.083,33	\$ 52,08	\$ 2.135,42	\$ 22.916,67
50	\$ 2.083,33	\$ 47,74	\$ 2.131,08	\$ 20.833,33
51	\$ 2.083,33	\$ 43,40	\$ 2.126,74	\$ 18.750,00
52	\$ 2.083,33	\$ 39,06	\$ 2.122,40	\$ 16.666,67
53	\$ 2.083,33	\$ 34,72	\$ 2.118,06	\$ 14.583,33
54	\$ 2.083,33	\$ 30,38	\$ 2.113,72	\$ 12.500,00
55	\$ 2.083,33	\$ 26,04	\$ 2.109,38	\$ 10.416,67
56	\$ 2.083,33	\$ 21,70	\$ 2.105,03	\$ 8.333,33
57	\$ 2.083,33	\$ 17,36	\$ 2.100,69	\$ 6.250,00
58	\$ 2.083,33	\$ 13,02	\$ 2.096,35	\$ 4.166,67
59	\$ 2.083,33	\$ 8,68	\$ 2.092,01	\$ 2.083,33
60	\$ 2.083,33	\$ 4,34	\$ 2.087,67	\$ 0,00
TOTAL	\$ 125.000,00	\$ 34.505,21	\$ 159.505,21	

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaboración: La autora

PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

Presupuestos de costos

El presupuesto de costos constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o servicio, con el objetivo de utilizar dichos datos para fijar el precio con el cual se ofertará en el mercado el nuevo producto.

Cuadro No. 51 PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia prima	90,00	94,60	99,43	104,51	109,85
Mano de Obra directa	25.221,20	29292,96	31873,67	34681,74	37737,20
TOTAL DE COSTO PRIMO	25.311,20	29387,56	31973,10	34786,25	37847,05
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales indirectos	17.124,80	21272,58	22359,61	23502,19	24703,15
Mano de Obra indirecta	7.145,80	8319,39	9052,33	9849,84	10717,62
Servicios básicos (agua,luz)	464,79	465,25	465,72	466,18	466,65
Mantenimiento de Construcción	1.550,00	1629,21	1712,46	1799,96	1891,94
Deprec. de construcción	2.790,00	2.790,00	2.790,00	2.790,00	2.790,00
Depreci. de muebles y enses de producción	70,68	70,68	70,68	70,68	70,68
Depreciación de herramientas	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60
Depreciación de maquinaria y equipo	480,06	480,06	480,06	480,06	480,06
Imprevistos 5%	1481,79	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE P.	31117,51	35036,77	36940,46	38968,52	41129,70
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	56428,71	64424,33	68913,56	73754,77	78976,75
GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos administrativos					
Sueldos y salarios	25296,28	29407,30	31998,08	34817,11	37884,50
Servicios básicos	820,75	837,24	837,24	845,62	854,07
Depreciación de muebles y eneseres	108,00	108	108	108	108
Deprec. De equipos de computo	917,90	917,90	917,90	0,00	1065,93
Útiles de oficina	88,55	93,07	97,83	102,83	108,08
Útiles de aseo	588,88	618,97	650,60	683,85	718,79
Amortización de activos diferidos	236,25	236,25	236,25	236,25	236,25
Imprevistos 5%	1402,83	1610,94	1742,30	1839,68	2048,78
Total de gastos administrativos	29459,44	33829,67	36588,20	38633,34	43024,40
Gastos de ventas					
Sueldos y salarios	13244,72	15325,58	16675,77	18144,90	19743,47
Mantenimiento de vehículo	1848,00	2101,15	2208,52	2321,37	2440,00
Combustible	1121,28	1154,92	1189,57	1225,25	1262,01
Depreciación de vehículo	1799,10	1799,10	1799,10	1799,10	1799,10
Publicidad	4584,00	4818,24	5064,45	5323,25	5595,27
Imprevistos 5%	1129,86	1259,95	1346,87	1440,69	1541,99
Total de gastos de ventas	23726,96	26458,94	28284,28	30254,57	32381,83
Gastos financieros					
Dividendo e intereses	14192,71	11067,71	7942,71	\$ 4.817,71	1692,71
Total de gastos financieros	14192,71	11067,71	7942,71	4817,71	1692,71
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	67379,10	71356,32	72815,18	73705,61	77098,94
TOTAL	123807,82	135780,65	141728,74	147460,38	156075,69

FUENTE: Cuadro No.47 y anexos de proyecciones

ELABORACION: La autora

Presupuesto de ingresos

Al realizar el análisis de los ingresos que se obtendrán por concepto de venta del chontacuro, permitirá tener una visión clara con respecto a los beneficios que se pueden alcanzar a través de la puesta en marcha de esta microempresa dedicada al cultivo y comercialización de chontacuro.

En el cuadro No.52 se hace hincapié en lo que tiene que ver a los ingresos totales para los cinco años de vida útil del proyecto así como la forma en la que se alcanzarán los ingresos.

Para el cálculo y fijación del precio de venta, se ha tomado el costo de producción y luego se divide para el número de libras se producirán, obteniendo como resultado el costo por libra, a este resultado se le aplica el 65% de margen de utilidad y se obtiene el precio de venta al público.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Cuadro No.52

AÑOS	LIBRAS A PRODUCIR	COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO POR LIBRA	UTILIDAD 75%	P.V.P	VENTAS TOTALES
1	114400	123807,82	1,08	0,81	1,89	216663,68
2	135200	135780,65	1,00	0,82	1,76	237616,15
3	135200	141728,74	1,05	0,85	1,83	248025,30
4	135200	147460,38	1,09	0,93	1,91	258055,67
5	135200	156075,69	1,15	1,08	2,02	273132,46

FUENTE: Cuadros No.19 y 51

ELABORACION: La autora

ESTRUCTURA DE COSTOS

Cuadro No.53 ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Fijo	Variable								
COSTO PRIMO										
Materia prima		90,00		94,60		99,43		104,51		109,85
Mano de Obra directa		25.221,20		29292,96		31873,67		34681,74		37737,20
TOTAL DE COSTO PRIMO	0,00	25311,20	0,00	29387,56		31973,10	0,00	34786,25	0,00	37847,05
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materiales indirectos		17124,80		21272,58		22359,61		23502,19		24703,15
Mano de Obra indirecta	7145,80		8319,39		9052,33		9849,84		10717,62	
Servicios básicos (agua,luz)	464,79		465,25		465,72		466,18		466,65	
Mantenimiento de Construcción	1550,00		1629,21		1712,46		1799,96		1891,94	
Deprec. de construcción	2790,00		2790,00		2790,00		2790,00		2790,00	
Depreci. de muebles y enses de producción	70,68		70,68		70,68		70,68		70,68	
Depreciación de herramientas	9,60		9,60		9,60		9,60		9,60	
Depreciacion de maquinaria y equipo	480,06		480,06		480,06		480,06		480,06	
Imprevistos 5%	1481,79		0,00		0,00		0,00		0,00	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DEP.	13992,71	17124,80	13764,19	21272,58	14580,85	22359,61	15466,33	23502,19	16426,55	24703,15
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	13992,71	42436,00	13764,19	50660,14	14580,85	54332,71	15466,33	58288,44	16426,55	62550,20
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos administrativos										
Sueldos y salarios	25296,28		29407,30		31998,08		34817,11		37884,50	
Servicios básicos	820,75		837,24		837,24		845,62		854,07	
Depreciacion de muebles y eneseres	108,00		108,00		108,00		108,00		108,00	
Deprec. De equipos de computo	917,90		917,90		917,90		0,00		1065,93	
Útiles de oficina	88,55		93,07		97,83		102,83		108,08	
Útiles de aseo	588,88		618,97		650,60		683,85		718,79	
Amortización de activos diferidos	236,25		236,25		236,25		236,25		236,25	
Imprevistos 5%	1402,83		1610,94		1742,30		1839,68		2048,78	
Total de gastos administrativos	29459,44	0	33829,67	0,00	36588,20	0,00	38633,34	0,00	43024,40	0,00
Gastos de ventas										
Sueldos y salarios	13244,72		15325,58		16675,77		18144,90		19743,47	
Mantenimiento de vehículo	1848,00		2101,15		2208,52		2321,37		2440,00	
Combustible	1121,28		1154,92		1189,57		1225,25		1262,01	
Depreciación de vehículo	1799,10		1799,10		1799,10		1799,10		1799,10	
Publicidad	4584,00		4818,24		5064,45		5323,25		5595,27	
Imprevistos 5%	1129,86		1259,95		1346,87		1440,69		1541,99	
Total de gastos de ventas	23726,96	0	26458,94	0,00	28284,28	0,00	30254,57	0,00	32381,83	0,00
Gastos financieros										
Dividendo e intereses	14192,71		11067,71		7942,71		4817,71		1692,71	
Total de gastos financieros	14192,71		11067,71		7942,71		4817,71		1692,71	
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	67379,10	0	71356,32	0,00	72815,18	0,00	73705,61	0,00	77098,94	0,00
SUBTOTAL	81.371,82	42436,00	85120,52	50660,14	87396,03	54332,71	89171,94	58288,44	93525,49	62550,20
TOTAL	123807,82		135780,65		141728,74		147460,38		156075,69	

FUENTE: Cuadros No. 51

ELABORACION: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto de balance entre ingresos y costos; teóricamente es el momento en que los ingresos se igualan con los gastos y por lo tanto, la inversión no genera ganancias ni tampoco pérdidas; para ellos el costo total se divide en costos fijos, que es aquel que no varía cuando aumenta o disminuye el nivel de producción; y el variable, cuyo valor se modifica para los distintos niveles de comercialización.

Para calcular el punto de equilibrio requerimos información de los siguientes costos:

- COSTOS FIJOS

Son los gastos en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, es un gasto que se incide así no produzca o comercialice la empresa, normalmente dentro de estos gastos están los administrativos.

- COSTOS VARIABLES

Son los componentes del costo total a excepción del costo fijo, por ejemplo materiales directos y materiales indirectos entre otros, los costos están relacionados directamente con la capacidad de comercialización.

Para el análisis del presente proyecto el punto de equilibrio se ha calculado matemáticamente en base a los siguientes métodos:

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

- **En función de las ventas:** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{81371,82}{1 - \frac{42436,00}{216663,68}}$$

PE = \$ 101.191.26

- **En función de la capacidad instalada:** Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

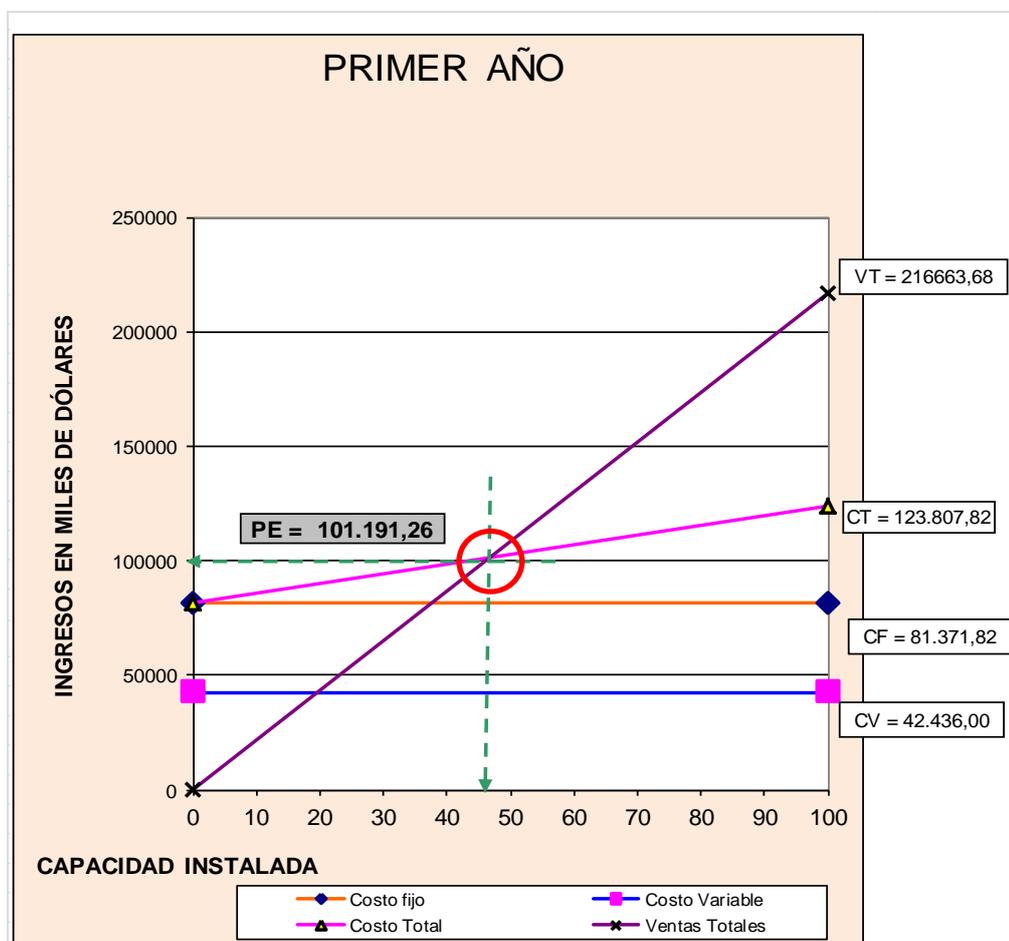
FÓRMULA:

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{81371,82}{216663,68 - 42436,00} \times 100$$

PE = 46,70%

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD
INSTALADA
GRAFICO No. 34**



FUENTE: Cuadros No. 52 y 53

ELABORACION: La autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 46,70% y con un ingreso en las ventas de 101.191.26 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

- En función de las ventas:

FÓRMULA:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{93525,49}{1 - \frac{62550,20}{273132,46}}$$

PE= \$ 121.305,79

- En función de la capacidad instalada:

FÓRMULA:

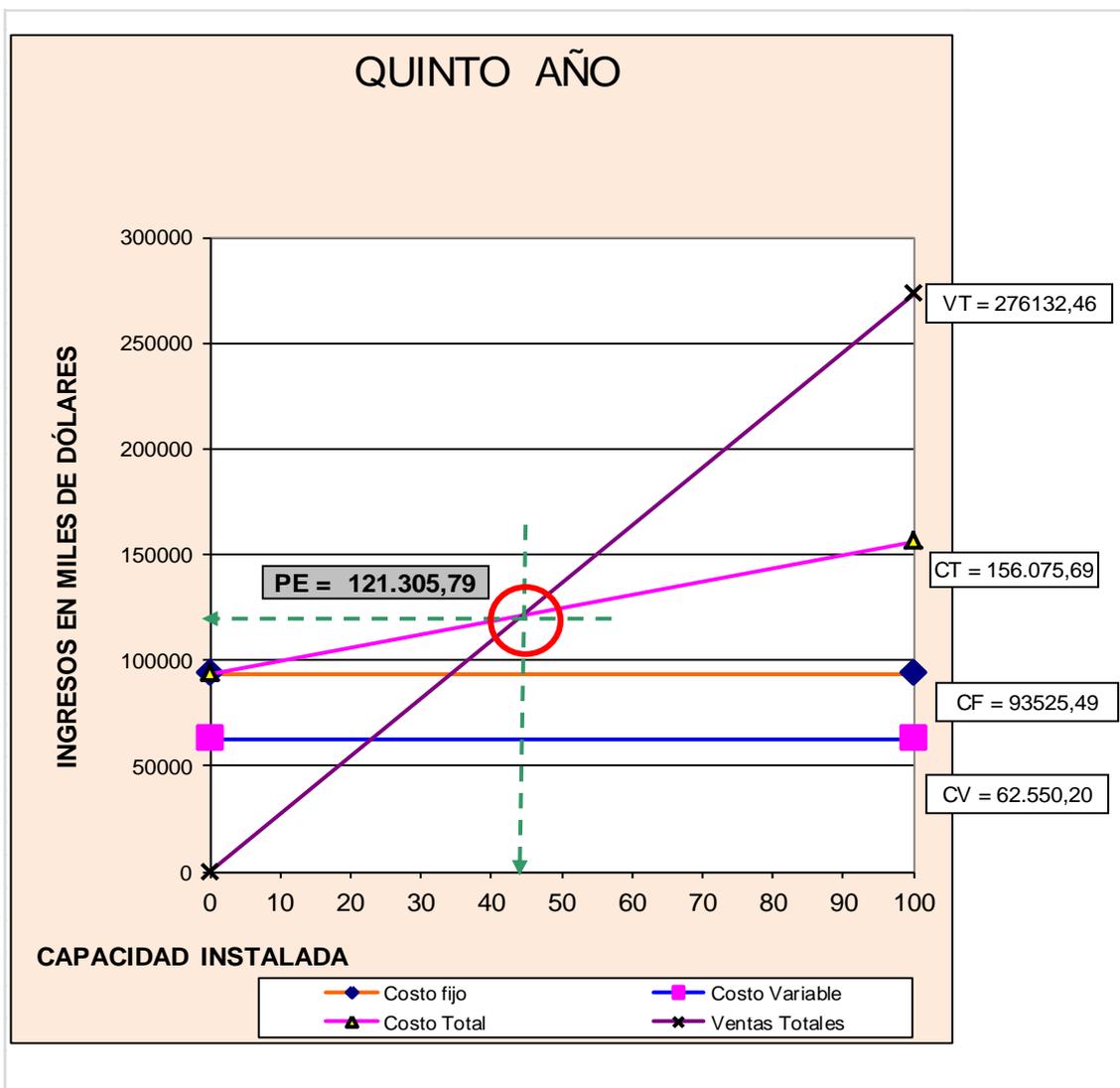
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{93525,49}{273132,46 - 62550,20} \times 100$$

PE= 44,41%

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD
INSTALADA**

GRAFICO No. 35



FUENTE: Cuadros No. 52 y 53

ELABORACION: La autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 44,41% y con un ingreso en las ventas de **121.305,79** dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias presenta en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos durante un ejercicio económico, en este caso anual y durante la vida útil de la empresa, y permite a la vez determinar relaciones que conducen al conocimiento de la rentabilidad en algunas formas que serán indicadas a continuación, por otro lado permite determinar la utilidad que se obtendrá cada año.

Para el presente proyecto se realizará anualmente: es decir, para cinco años de vida útil, para lo cual se basa en los datos del presupuesto proyectado.

Cuadro No.54. Estado de Pérdidas y/o Ganancias

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas	216663,68	237616,15	248025,3006	258055,67	273132,46
(-) Costo de Producción	56428,71	64424,33	68913,56	73754,77	78976,75
(=) Utilidad Bruta neta	160234,96	173191,82	179111,74	184300,90	194155,71
(-) Costo de Operación	67379,10	71356,32	72815,18	73705,61	77098,94
(=) Utilidad en Ventas	92855,86	101835,49	106296,56	110595,29	117056,77
(-) 15% Utilidad Trabajadores	13928,38	15275,32	15944,48	16589,29	17558,52
(=) Utilidad antes de Imp.	78927,48	86560,17	90352,07	94005,99	99498,25
(-) 25% Impuesto a la Renta	19731,87	21640,04	22588,02	23501,50	24874,56
(=) Utilidad antes de Reserva	59195,61	64920,13	67764,06	70504,50	74623,69
(-) 10% Reserva Legal	5919,56	6492,01	6776,41	7050,45	7462,37
(=) Utilidad Líquida	53276,05	58428,11	60987,65	63454,05	67161,32

FUENTE: cuadro de presupuesto proyectado y cuadro de presupuesto de ingresos

ELABORACION: La autora

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja representa la liquidez o solvencia de la empresa, así como también determina el flujo de efectivo anual, sin tomar en cuenta las depreciaciones y amortizaciones de los activos diferidos.

Cuadro No.55. FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		216663,68	237616,15	248025,30	258055,67	273132,46
Valor residual				1356,30		
Préstamo BNF	125000,00					
Capital Propio	51240,60					
TOTAL DE INGRESOS	176240,60	216663,68	237616,15	249381,60	258055,67	273132,46
EGRESOS						
Activo Fijo	159.224,10					
Activo Diferido	2.362,50					
Activo circulante:	14654,00					
Costo de producción		56428,71	64424,33	68913,56	73754,77	78976,75
Costo de operación		67379,10	71356,32	72815,18	73705,61	77098,94
EGRESO TOTAL	176240,60	123807,82	135780,65	141728,74	147460,38	156075,69
REINVERSIÓN					5016,70	
UTILIDAD ANTES PART. TRAB.		92855,86	101835,49	107652,86	110595,29	117056,77
15% Utilidad Trabajadores		13928,38	15275,32	15944,48	16589,29	17558,52
UTILIDAD ANT. IMPTO.		78927,48	86560,17	91708,37	94005,99	99498,25
25% Impto a la Renta		19731,87	21640,04	22588,02	23501,50	24874,56
UTILIDAD ANT. IMPTO.		59195,61	64920,13	69120,36	70504,50	74623,69
10% reserva legal		5919,56	6492,01	6776,41	7050,45	7462,37
UTILIDAD GRAVABLE		53276,05	58428,11	62343,95	63454,05	67161,32
Amortización de diferidos		236,25	183,75	183,75	183,75	183,75
Depreciaciones		6175,34	3305,06	3305,06	2387,16	2387,16
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	59687,64	61916,92	65832,76	66024,96	69732,23

FUENTE: Cuadro presupuesto proyectado y cuadro Estado de Perdidas y/o ganancias

ELABORACIÓN: La autora

EVALUACION FINANCIERA

En La evaluación Financiera se definirá si el proyecto es factible o no, para ello determinaremos a continuación: el Valor Neto Actual (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo y análisis de sensibilidad con incremento en los costos y decremento en los ingresos.

EL VAN

El VAN en el proyecto, representa el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda la vida útil.

Criterios de Decisión:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse.
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda al criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos del poder adquisitivo.
- Si el VAN es negativo debe rechazarse.

Para el cálculo del VAN se utilizó la siguiente fórmula del factor de actualización

$$\text{FACTOR DE ACTUALIZACIÓN} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$\text{FA} = \frac{1}{(1+0.125)^1}$$

$$\text{FA} = \frac{1}{(1.125)^1}$$

$$\text{FA} = 0,888888889$$

Cuadro 56. VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	VALOR ACTUAL
0	176240,60	12,50%	
1	59687,64	0,888888889	53055,68
2	61916,92	0,790123457	48922,01
3	65832,76	0,702331962	46236,45
4	66024,96	0,624295077	41219,06
5	69732,23	0,554928957	38696,43
TOTAL			228129,63

FUENTE: Cuadro del flujo de Caja, tas interés del banco de Fomento

ELABORACIÓN: La autora

Para calcular el Valor Actual Neto del proyecto, utilizamos la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria Flujo Neto} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 228129,63 - 176240,60$$

$$\text{VAN} = 51.889,03$$

TASA INTERNA DE RETORNO

Es un indicador financiero que expresa en forma porcentual, la capacidad máxima de rentabilidad de un proyecto de inversión. En términos relativos es la capacidad de recuperar la inversión a través de la ganancia, por lo cual un buen criterio de proyecto se tendrá cuando dicha tasa sea superior al costo de capital en el mercado.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos netos que genera el proyecto, sea igual a la inversión neta realizada.

Los criterios para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toman como referencia lo siguiente:

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

CUADRO 57. TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	VALOR MENOR	FACTOR	VAN MAYOR
		23,50%		23,60%	
0	176240,65				
1	59687,64	0,809716599	48330,07	0,80906149	48290,97
2	61916,92	0,655640971	40595,27	0,65458049	40529,61
3	65832,76	0,530883377	34949,52	0,52959587	34864,76
4	66024,96	0,429865083	28381,82	0,42847562	28290,08
5	69732,23	0,348068893	24271,62	0,34666312	24173,59
TOTAL			287,70		-91,59

FUENTE: Cuadro del flujo de Caja

ELABORACIÓN: La autora

Para el cálculo de la nueva TIR se toma en cuenta los flujos netos y los factores de actualización menor y mayor.

FÓRMULA:

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

En donde:

T_m= Tasa menor

Dt = Diferencia de tasa

$$TIR = 23 + 0,10 \left(\frac{287,70}{287,70 - (-91,59)} \right)$$

TIR = 23,58%

La TIR para el presente proyecto es de 23,58% la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (12,50%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este indicador permite medir en función de las unidades monetarias, el beneficio que ofrece el proyecto, por la inversión de cada una de ellas, es decir, la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar a invertir.

Los criterios de decisión para este indicador son los siguientes:

- Si el resultado de la relación B/C, es mayor que 1, se puede realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es menor que 1, se debe rechazar el proyecto.

La fórmula a utilizarse para este cálculo es la siguiente:

$$BC = \frac{\sum IA}{\sum EA}$$

En donde:

BC= Beneficio Costo

ΣIA = Sumatoria de Ingresos Actualizados

ΣCA = Sumatoria de Costos Actualizados

Cuadro 58. Relación Beneficio Costo

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	COSTOS ORIGINALES	FACT. DE ACT.	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
			12,50%		
1	216663,68	123807,82	0,888888889	192589,93	110051,39
2	237616,15	135780,65	0,790123457	187746,09	107283,48
3	248025,30	141728,74	0,702331962	174196,10	99540,63
4	258055,67	147460,38	0,624295077	161102,88	92058,79
5	273132,46	156075,69	0,554928957	151569,11	86610,92
TOTAL				852249,98	486999,99

FUENTE: Cuadros No. 52 y 53 de presupuestos de costos e ingresos.

ELABORACIÓN: La autora

$$BC = \frac{\Sigma IA}{\Sigma EA}$$

$$BC = \frac{852249,98}{486999,99}$$

$$BC = 1,75$$

El resultado de la Relación Beneficio Costo en el presente proyecto es de 1,75; esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,75 centavos de dólar, por lo tanto, el proyecto es ejecutable, ya que su resultado es muy satisfactorio para la inversión a realizar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el tiempo requerido para recuperar aquellos fondos invertidos al inicio del proyecto, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión inicial. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años, meses y días necesarios para recuperar la inversión inicial.

Cuadro 59. Periodo de Recuperación del Capital

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	
		FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	176240,60		
1		59687,64	59687,64
2		61916,92	121604,56
3		65832,76	187437,32
4		66024,96	253462,28
5		69732,23	323194,51
TOTAL		319709,92	

FUENTE: Cuadro de flujo de caja

ELABORACIÓN: La autora

$$\text{P.R.C.} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujo del año que supera la inversión}}$$

$$\text{P.R.C.} = 3 + \left(\frac{176240,60 - 187437,32}{65.832,76} \right)$$

$$\text{PRC.} = 3 + \left(\frac{-8219,38}{64790,46} \right)$$

$$\text{PRC.} = 3 - 0,126$$

$$\text{PRC.} = 2,82 \quad = \quad \mathbf{2 \text{ AÑOS}}$$

$$\text{PRC.} = 0,82 \times 12\text{meses} = 9,84 \quad = \quad \mathbf{9 \text{ MESES}}$$

$$\text{PRC.} = 0,84 \times 30\text{días} = 13,20 \quad = \quad \mathbf{25 \text{ DÍAS}}$$

El periodo de Recuperación de capital será en 2 años, 9 meses y 25 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad, se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible

- **Análisis de sensibilidad con el incremento en los Costos**

En el proyecto se ha considerado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro. En este caso el proyecto está en capacidad de soportar hasta un 37,20 % de incremento en los costos ya que con este valor obtenemos una sensibilidad de 0,998 que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable.

Cuadro 60. Análisis de Sensibilidad con Incremento del 34,27 % en los Costos

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 34,27%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 18,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 18,10%	VAN MAYOR
0						(176240,60)		(176240,60)
1	123807,82	166236,76	216663,68	50426,92	0,8474576271	42734,68	0,8467400508	42698,49
2	135780,65	182312,68	237616,15	55303,47	0,7181844298	39718,09	0,7169687136	39650,86
3	141728,74	190299,18	248025,30	57726,12	0,6086308727	35133,90	0,6070861250	35044,73
4	147460,38	197995,05	258055,67	60060,62	0,5157888752	30978,60	0,5140441363	30873,81
5	156075,69	209562,83	273132,46	63569,63	0,4371092162	27786,87	0,4352617581	27669,43
						111,54		-303,28

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 18,00 + 0,10 \left(\frac{111,54}{414,82} \right) = 18,03 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 23,58 - 18,03 = 5,55 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 5,55 / 23,58 = 23,54\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 23,54 / 23,58 = 0,998$$

Análisis: Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
 Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
 Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos (34,27%)

- **Análisis de sensibilidad con disminución en los Ingresos**

Al igual que en el caso anterior se establecerá hasta qué punto la empresa es sensible ante una disminución en sus ingresos, para conocer el grado de sensibilidad en el proyecto. En este proyecto la sensibilidad soporta una disminución en sus ingresos hasta 19,58%, ya que con este valor obtenemos una sensibilidad de **0,997** que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable.

Cuadro 61. Análisis de Sensibilidad con disminución del 19,58 % en los Ingresos

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 19,58%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 18,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 18,15%	VAN MAYOR
0						(176240,60)		(176240,60)
1	123807,82	216663,68	174240,93	50433,11	0,8474576271	42739,92	0,8463817182	42685,66
2	135780,65	237616,15	191090,91	55310,26	0,7181844298	39722,97	0,7163620128	39622,17
3	141728,74	248025,30	199461,95	57733,21	0,6086308727	35138,21	0,6063157112	35004,55
4	147460,38	258055,67	207528,37	60067,99	0,5157888752	30982,40	0,5131745334	30825,36
5	156075,69	273132,46	219653,12	63577,43	0,4371092162	27790,28	0,4343415433	27614,32
						133,19		-488,54

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 18,00 + 0,15 \left(\frac{133,19}{621,72} \right) = \mathbf{18,03 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 23,58 - 18,03 = 5,54 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 5,54 / 23,58 = 23,51\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 23,51 / 23,58 = \mathbf{0,997}$$

Análisis: Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

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

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

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 19,58%

h. CONCLUSIONES

Al término de la presente investigación se ha llegado a determinar las siguientes conclusiones:

- El Estudio de Mercado fue realizado a los locales de comidas típicas existentes en la provincia de Orellana.
- Con los resultados obtenidos en el estudio de mercado se pudo evidenciar que existe demanda insatisfecha, ya que no existe una empresa que oferte el producto, ya que la producción que se da en Orellana es netamente artesanal.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda y niveles de comercialización, nos da a pauta que el proyecto debe ejecutarse.
- Con la puesta en marcha de la microempresa propuesta se estará satisfaciendo las necesidades de los locales de comidas típicas, paralelamente a ello a las necesidades alimenticias de las familias de la provincia de Orellana y a quienes hacen turismo interno como externo.

- La ubicación de la microempresa cuenta con óptimas vías de acceso, además de contar con sistema de alcantarillado, agua potable, telefonía fija y móvil.
- El nombre de la microempresa será un nombre que tenga mucho que ver con la actividad que va a desarrollar, además de generar expectativas tanto en sus clientes como sus potenciales consumidores.
- El financiamiento del proyecto estará constituido por un préstamo del Banco de Fomento al 12,50% a 5 años plazo y con aportaciones de los socios.
- Los ingresos por ventas de chontacuro serán de 216.663,68 USD durante el primer año.
- La evaluación financiera de los diferentes indicadores económicos, se obtuvo:
 - El VAN es de 51.889,03 por lo tanto el proyecto es conveniente.
 - La Tasa Interna de Retorno es de 23,58% por lo que el proyecto es factible ejecutarlo.
 - En la Relación Costo - Beneficio se incluye que por cada dólar de inversión se obtendrá una utilidad de 1,75 centavos de dólar.
 - El Periodo de Recuperación de Capital será, 2 años, 9 meses y 25 días.

- El resultado del Análisis de Sensibilidad es del 34,27% de incremento de los costos.
- El resultado del Análisis de Sensibilidad es del 19,58% de disminución en los ingresos.
- El proyecto de factibilidad para crear una microempresa productora y comercializadora de chontacuro constituye una herramienta de desarrollo regional, personal, profesional, empresarial en la provincia de Orellana.

i. RECOMENDACIONES

En base al desarrollo del proyecto se recomienda lo siguiente:

- En vista que el proyecto es factible de realizar se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial de la ciudad y de la provincia de Orellana.
- Resulta de vital importancia la implementación de la microempresa, dado que además de satisfacer la demanda existente de este producto, se estaría contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo.
- La difusión de la microempresa “MICASA” Cía. Ltda. es fundamental, ya que a través del uso de medios de comunicación se estará dando a conocer el producto que oferta, a más de constituirse como un atractivo turístico.
- Al implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal y como lo ha demostrado a través de los respectivos índices de evaluación financiera.

- Los inversionistas y empresarios deberían apoyarse en este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para de esta manera evitar los fracasos.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ **ALONSO** RODRÍGUEZ MIGUEL ÁNGEL, Fundamentos de gestión empresarial, edic. Pirámide, España 2005
- ✓ **ÁMEZ** FERNANDO MARTÍN, Diccionario de Contabilidad y Finanzas. Grupo cultural. España 2006
- ✓ **BACA** URBINA GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Quinta edición. edit. McGRAW-HILL 2006
- ✓ **BARAJAS** NOVA ALBERTO, Finanzas para no financistas. Cuarta edición. Edit. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia 2008
- ✓ **BRITTEL**.L, Enciclopedia del Management. Grupo Edit. Océano 1997
- ✓ **CHIAVENATO** IDALBERTO. Administración Proceso Administrativo. Tercera edición. edit. McGRAW - HILL 2001
- ✓ **COSTA** NETO ERALDO M. & RAMOS-ELORDUY JULIETA *Boletín Sociedad Entomológica Aragonesa*, No.138
- ✓ **COTO** DANIEL Y SAUNDERS JOSEPH L., Insectos plagas de cultivos perennes con énfasis en frutales en América Central, Costa Rica 2004
- ✓ **EROSSA**. Proyectos de inversión en ingeniería. Edit. Limusa. México 2004
- ✓ **FERNANDEZ** ABASCAL ELENA E IDELFONSO GRANDE ESTEBAN. Aplicaciones de investigación comercial. Edit. Esic. Madrid 1994
- ✓ **FLORES** URIBE JUAN ANTONIO Proyecto de inversión de las

PYME. Colombia

- ✓ **FRIGHMAN** EUGENE F., Fundamentos de la Administración Financiera, doceava edic.
- ✓ **GISPERT** CARLOS. Enciclopedia práctica de la Pequeña y mediana empresa. Grupo Océano 2005
- ✓ **HERNÁNDEZ** OROZCO CARLOS. Análisis administrativo. Primera edición. Costa Rica 2005
- ✓ **LONG** JEANET. "Conquista y comida". Tercera edición
- ✓ **LORING** JAIME, La gestión financiera. Edic. Deusto. Barcelona 2004
- ✓ **MIRANDA** MIRANDA JUAN JOSE. Evaluación de proyectos de inversión. México 2005
- ✓ **ROSEMBERG** J.M. Diccionario de Administración y finanzas. Ed. Océano. España 1994
- ✓ **RUCKER** PETER. Como ser un Emprendedor exitoso y no fracasar en el intento, Buenos Aires 2003
- ✓ **SÁNCHEZ** PEDRO A., JAFFÉ KLAUS, HEVIA PATRICIO. Consumo de insectos: alternativa alimentaria del neotrópico .Boletín de Entomología. No. 12.
- ✓ **SAPAG** CHALIN, Preparación y Evaluación de proyectos, cuarta edic. MacGraw-Hill 2000

k. ANEXOS**Anexo No. 1****FICHA RESUMEN****TEMA**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CULTIVO DE CHONTACUROS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA”

PROBLEMÁTICA

“No cuenta con una microempresa que se dedique al cultivo y comercialización de chontacuro, lo que ha traído como consecuencia que no se aproveche de manera adecuada este recurso natural, generando pérdida de recursos económicos para la región amazónica”.

OBJETIVOS**OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio que permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de chontacuros y su comercialización en los restaurantes de comida típica de la provincia de Orellana.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda y deducir la existencia de la demanda insatisfecha, así como también establecer los posibles canales de distribución del producto.
- ✓ Elaborar un estudio técnico del proyecto, para determinar el tamaño y localización y la ingeniería del proyecto.
- ✓ Estructurar la microempresa mediante el estudio administrativo y constitución legal, a través de la cual se va a organizar la misma.

- ✓ Desarrollar el estudio financiero para determinar las principales fuentes de financiamiento del proyecto.
- ✓ Realizar una evaluación económica y financiera para poder saber si el proyecto será rentable en un futuro.

METODOLOGÍA

MÉTODOS

Para lograr un óptimo desarrollo del proyecto, se aplicará diferentes métodos y técnicas los cuales servirán para recopilar, analizar e interpretar de manera sistemática y oportuna toda la información recopilada. Así como el empleo de diferentes materiales necesarios para llevar a cabo el presente estudio.

MÉTODO DEDUCTIVO

Permitirá conocer las necesidades o carencias que se presentan internamente en la localidad las cuales afectan al desarrollo micro empresarial de Orellana, así como también permitirá establecer los criterios en base a los datos teóricos y empíricos obtenidos, al momento de tabular la información de los instrumentos de investigación a aplicar; establecer la macro localización de la planta y determinar la micro localización sí como a los criterios de evaluación financiera existentes. Los datos teóricos servirán para analizar cada una de las interrogantes planteadas y de esta manera facilitar la interpretación de la información; para formular criterios y juicios de valor en las conclusiones y en el desarrollo de los estudios de inversión requeridos.

MÉTODO INDUCTIVO

Este método permitirá tomar la mejor alternativa de inversión para poder buscar posibles soluciones para lograr los objetivos planteados, de la misma manera servirá para estudiar las respuestas obtenidas en la encuesta y entrevista aplicada, comparar, establecer criterios, extraer conclusiones generales; como consecuencia de la investigación realizada.

MÉTODO DESCRIPTIVO.-

Este método permitirá aplicar detalladamente los pasos para determinar los elementos de la problemática y las herramientas utilizadas en el objeto de estudio.

MÉTODO ANALÍTICO.-

El presente método permitirá analizar las ideas de negocio de acuerdo a las carencias y necesidades que se presentan en nuestro medio, así como también para extraer las ideas de cada una de las respuestas de la encuesta aplicada; determinar relaciones e ir formando criterios sobre las respuestas obtenidas, organizar la microempresa desde su estructura organizativa y legal, establecer el proceso productivo de una manera eficiente y así realizar la evaluación financiera que permita determinar la factibilidad sobre la creación del negocio en mención.

TÉCNICAS**Encuesta:**

Esta será aplicada a una muestra de 231 restaurantes de una población de 533 restaurantes de comida típica existentes en la provincia de Orellana de acuerdo a los permisos de funcionamiento otorgados por el departamento de higiene del I. Municipio y cámara de turismo de la mencionada provincia; y, además posee un índice de crecimiento proporcional anual del 2,05% para éste tipo de actividad de acuerdo a la información proporcionada en el I. Municipio de Orellana.

Entrevista:

Será aplicada a las 11 personas que están dedicadas al cultivo del chontacuros, las misma que se apostan en el puerto de Orellana los días domingos, y así poder determinar el segmento de mercado al cual abastecen, ya que en la provincia de Orellana no cuenta con una empresa legalmente establecida que se dedique a esta actividad, sino que existen unidades de producción familiares de acuerdo al registro de la dirección de higiene del I. Municipio de Orellana.

Observación:

Se lo realizará a las personas que se dedican a la actividad de forma artesanal, así como también verificar el mercado objetivo al cual ofrecerá dicho producto.

DATOS:

A continuación se presenta la información acerca de los 533 locales existentes en la provincia de Orellana.

En donde:

Pn= crecimiento de establecimientos

Pa= población actual de establecimientos

n= número de años

i= índice de crecimiento

$$pn = pa(1+i)^n$$

$$pn = 533(1+0,0205)^1$$

$$pn = 544$$

Tamaño De La Muestra

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

En donde:

N= Población total

e= Margen de error

$$n = \frac{544}{1+(0.05)^2*544}$$

$$n = \frac{544}{1+1,3575}$$

$$n = 231 \text{ encuestas}$$

TABLA DE DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Cuadro No. 1

CANTÓN	NUMERO DE LOCALES	NUMERO DE LOCALES 2012 2,05%	NUMERO DE ENCUESTAS
Aguarico	24	24	10
Loreto	79	81	34
Joya de los Sachas	147	150	64
Orellana	283	289	123
TOTAL	533	544	231

Fuente: Municipio de Orellana y cámara de turismo

Elaboración: la autora

Anexo No. 2

FORMATO DE ENCUESTA



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

Estimado amigo (a) con el propósito de recabar información sobre la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada al cultivo de chontacuro y su respectiva comercialización en provincia de Orellana, se precisa de su información veraz y confiable para determinar la demanda.

1. ¿Expende en su local comida exótica?

SI..... NO.

2. En el caso de hacerlo. ¿Qué tipo de plato es el más solicitado por los clientes?

Guanta ()
Boa ()
Maito ()
Chontacuro ()

3. ¿Cuántas platos de chontacuros expendes diariamente?

1 a 5 ()
6 a 10 ()
11 a mas ()

4. En qué meses del año existe mayor demanda de chontacuros en su negocio?

.....

Por qué?

5. Cuál es el precio que paga por la libra de chontacuro a su proveedor?

.....

6. ¿Dónde adquiere los chontacuros para la elaboración y expendio de platos típicos?

Mercado ()

Personas particulares ()

Otros indique:

8. Que es lo que Ud. toma en cuenta al momento de adquirir el chontacuro?

Precio ()

Contenido nutricional ()

Presentación ()

Higiene ()

Origen del chontacuro ()

Otros. Especifique.....

9. ¿En caso de que se creara una microempresa dedicada al cultivo y comercialización de chontacuro en la Provincia de Orellana, estaría Ud. dispuesto a adquirir el producto para el expendio en su local?

SI..... NO.

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se promocióne el producto?

Radio ()

Prensa ()

Hojas volantes ()

TV ()

11. Que sugerencias Ud. aportaría para la puesta en marcha del presente proyecto?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo No. 3
FORMATO DE ENTREVISTA



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

Estimado amigo (a) me dirijo a Ud. de la manera más comedida para solicitarle se digne contestar algunas preguntas que servirán para realizar el trabajo de investigación, que tiene como finalidad determinar la cantidad de producto que se oferta en la provincia de Orellana.

1. ¿Cuántas libras de chontacuros vende semanalmente?

1 a 5

6 a 10

11 a más

Otros

2. A quien vende Ud. el chontacuro?

Restaurantes ()

Personas particulares ()

Agachaditos ()

Otros.

Especifique.....

3. ¿Cuál es el precio de venta de la libra del chontacuro?

.....

4. En qué meses existe mayor demanda del chontacuro?

.....

5. Indique si el producto que Ud. comercializa es sometido a algún proceso de higienización y conservación

Si () no ()

6. De ser afirmativa su respuesta describa su proceso

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo No. 4

MATERIA PRIMA DIRECTA

5,11%

AÑOS	CANTIDAD	VALOR TOTAL
1	75	90,00
2	75	94,60
3	75	99,43
4	75	104,51
5	75	109,85

Fuente: cuadro No. 34, tasa de inflación INEC

Elaboración: La autora

Anexo No. 5

MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	PRODUCCION	INSUMOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO PROYECTADO
1	114400	Tarrinas	114400	0,10	11440,00	17124,80
		etiquetas	114400	0,03	3432,00	
		lechugas	11264	0,20	2252,80	
		TOTAL				
2	135200	Tarrinas	135200	0,10	13520	21272,58
		etiquetas	135200	0,03	4056	
		lechugas	13312	0,20	2662,4	
		TOTAL				
3	135200	Tarrinas	135200	0,10	13520	22359,61
		etiquetas	135200	0,03	4056	
		lechugas	13312	0,20	2662,4	
		TOTAL				
4	135200	Tarrinas	135200	0,10	13520	23502,19
		etiquetas	135200	0,03	4056	
		lechugas	13312	0,20	2662,4	
		TOTAL				
5	135200	Tarrinas	135200	0,10	13520	24703,15
		etiquetas	135200	0,03	4056	
		lechugas	13312	0,20	2662,40	
		TOTAL				

Fuente: cuadro No. 35, tasa de inflación INEC

Elaboración: La autora

Anexo No. 6**MANO DE OBRA DIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	25221,20
2	29292,96
3	31873,67
4	34681,74
5	37737,20

Fuente: cuadro No. 36, tasa de incremento salarial (8,81%) Ministerio de relaciones laborales.

Elaboración: La autora

Anexo No. 7**MANO DE OBRA INDIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	7145,80
2	8319,39
3	9052,33
4	9849,84
5	10717,62

Fuente: cuadro No. 37, tasa de incremento salarial Ministerio de relaciones laborales.

Elaboración: La autora

Anexo No. 8**SERVICIOS BÁSICOS**

1%

AÑOS	VALOR TOTAL	
	A.ADMINIST.	A. PRODUCC.
1	820,75	464,79
2	821,57	465,25
3	822,39	465,72
4	823,21	466,18
5	824,04	466,65

Fuente: cuadro No. 38, tasa de incremento por consumo de Kw.

Elaboración: La autora

Anexo No. 9**MANTENIMIENTO DE CONSTRUCCIÓN**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	1550,00
2	1629,21
3	1712,46
4	1799,96
5	1891,94

Fuente: cuadro No. 39, tasa de inflación INEC

Elaboración: La autora

Anexo No. 10**SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	25296,28
2	29407,30
3	31998,08
4	34817,11
5	37884,50

Fuente: cuadro No. 40, tasa de incremento salarial Ministerio de Relaciones laborales.

Elaboración: La autora

Anexo No. 11**SUMINISTROS DE OFICINA**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	88,55
2	93,07
3	97,83
4	102,83
5	108,08

Fuente: cuadro No. 41, tasa de inflación INEC.

Elaboración: La autora

Anexo No. 12**UTILES DE LIMPIEZA**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	588,88
2	618,97
3	650,60
4	683,85
5	718,79

Fuente: cuadro No. 42, tasa de inflación INEC.

Elaboración: La autora

Anexo No. 13**SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	13244,72
2	15325,58
3	16675,77
4	18144,90
5	19743,47

Fuente: cuadro No. 43, tasa de incremento salarial Ministerio de Relaciones laborales.

Elaboración: La autora

Anexo No. 14**PUBLICIDAD**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	4584,00
2	4818,24
3	5064,45
4	5323,25
5	5595,27

Fuente: cuadro No. 44 tasa de inflación INEC.

Elaboración: La autora

Anexo No. 15 MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

AÑOS	VALOR TOTAL
1	1999,00
2	2101,15
3	2208,52
4	2321,37
5	2440,00

Fuente: cuadro No. 45 tasa de inflación INEC.

Elaboración: La autora

Anexo No. 16 COMBUSTIBLE

AÑOS	VALOR TOTAL
1	1121,28
2	1178,58
3	1238,80
4	1302,11
5	1368,64

Fuente: cuadro No. 46 tasa de inflación INEC.

Elaboración: La autora

INDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	43
f. RESULTADOS	48
g. DISCUSIÓN	61
h. CONCLUSIONES	168
i. RECOMENDACIONES	171
j. BIBLIOGRAFÍA	173
k. ANEXOS	175