

FUNDAMENTOS CAUSALES PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS NEGOCIOS

Córdova L. / Granda S. / Molina Y.



www.mqrinvestigar.com

ISBN: 978-9942-28-858-5



ISBN: 978-9942-28-858-5

Título: Fundamentos Causales para el Emprendimiento en los Negocios

Autores: CÓRDOVA BALLESTEROS, Luis Felipe
GRANDA ÑIGUEZ, Santos Patricio
MOLINA NAVARRETE, Yesenia Margarita

Editorial: MQR®

Materia: Administración de formas generales de control

Publicado: 2017-07-03

NºEdición: 1

Idioma: Español

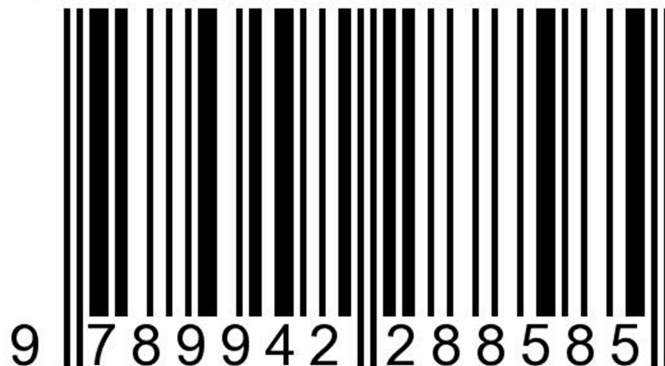
©

Copyright por MQR®

www.mqrinvestigar.com



ISBN: 978-9942-28-858-5



**FUNDAMENTOS
CAUSALES
PARA EL
EMPRESARIATO
EN LOS NEGOCIOS**

Índice

PRÓLOGO	1
CAPÍTULO 1. BASE CONCEPTUAL	3
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1 ANÁLISIS Y TEORÍA MICROECONÓMICA	5
1.2 ANÁLISIS Y TEORÍA MACROECONÓMICA	6
1.3 TEORÍA Y POLÍTICA ECONÓMICA.	7
1.4 RELACIÓN ENTRE MICRO Y MACRO ECONOMÍA	7
1.5 CONCEPTO DE EMPRESA	9
1.6 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	9
1.7 LA FUNCIÓN PRODUCCIÓN Y LA EMPRESA COMO AGENTE PRODUCTIVO	12
1.8 PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN EN LA ORGANIZACIÓN	15
1.9 FACTORES DE LA PRODUCCIÓN	17
1.10 LA EFICIENCIA ADMINISTRATIVA EMPRESARIAL	22
CAPÍTULO 2 EL MERCADO	24
2.1 EL MERCADO DE FACTORES	25
2.1.1 LA OFERTA DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN	25
2.1.2 DEMANDA DE FACTORES DE LA PRODUCCIÓN	26
2.1.3 DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE LOS FACTORES O RECURSOS PRODUCTIVOS	27
2.1.4 COSTOS Y GASTOS	27
2.1.5 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	29
2.1.6 LAS INVERSIONES PRE-OPERACIONALES DE LA EMPRESA	32
2.1.6.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	32
2.1.6.2 INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES	32
2.1.6.3 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	32
2.1.7 COMBINACIÓN DE LOS FACTORES PRODUCTIVOS.	34
2.1.8 LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS	34
2.2 EL MERCADO DE BIENES Y SERVICIOS	39
2.2.1 LA OFERTA DE BIENES Y SERVICIOS	40
2.2.1.1 LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	40
2.2.2 LA DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS	41
2.2.3 LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA	42
2.3 EL ESTUDIO DE MERCADO	42
2.3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	43
2.3.2 ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO	43
2.3.3 ANÁLISIS HISTÓRICO	44
2.3.4 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL O VIGENTE	44
2.3.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PROYECTADA	44
2.4 BALANCE DE OFERTA – DEMANDA	45
2.5 MARKETING	46
2.6 EL MARKETING MIX (4P)	46
2.7 LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	55
2.7.1 LOS BIENES.	56
2.7.2 LOS INGRESOS DE LA EMPRESA SU ESTIMACIÓN Y PROYECCIÓN.	58
2.7.3 LA DEMANDA OBJETIVO Y EL PRECIO DE VENTA	58
CAPÍTULO 3 VALORACIÓN DE PROYECTOS	59
3.1 EN EL MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA	60
3.2 EN EL MERCADO MONOPOLIO	61
3.3 LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA	62
3.3.1 ESTADO DE RESULTADOS	62
3.3.2 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO O DE CAJA	64
3.3.3 ESTADO DE SITUACIÓN O BALANCE GENERAL	67
3.4 LA EVALUACIÓN	68
3.4.1 EVALUACIÓN DE LAS INVERSIONES	69
3.4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)	70
3.4.3 LA TASA INTERNA DE RETORNO	74
3.4.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	76

3.4.5	BENEFICIO / COSTO	78
3.4.6	EL PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA	79
CAPÍTULO 4 PROYECTO EMPRESARIAL		81
4.1	LA ECONOMÍA Y LAS DECISIONES DE NEGOCIOS	81
4.2	EL PLAN DE NEGOCIOS	83
4.2.1	ETAPA EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS	89
4.3	EVALUACIÓN DE PROYECTOS UN INSTRUMENTO DE DECISIÓN	91
4.3.1	CONCEPTO DE PROYECTO	91
4.3.2	ALCANCE DE UN ESTUDIO DE PROYECTO	94
4.3.3	ETAPAS EN EL PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN PROYECTO	97
4.4	LAS INVERSIONES EN UN PROYECTO	99
4.5	LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LAS INVERSIONES	99
4.5.1	APORTE DE LOS SOCIOS	100
4.5.2	ENDEUDAMIENTO Y TASA DE INTERÉS	101
4.6	ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	101
4.6.1	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	101
4.6.2	INDICE DE CONTENIDO DE UN PROYECTO NUEVO	103
CAPÍTULO 5 CASOS PRÁCTICOS		108
CASO 1		108
CASO 2		113
CASO 3		113
CASO 4		115
CASO 5		118
CASO 6 PROPUESTA ESPECÍFICA PROYECTO DE DESARROLLO TURISTICO		129
BIBLIOGRAFIA		156

PRÓLOGO

En la actualidad existe una limitación en la disponibilidad de textos que orienten a empresarios tanto en su capacidad científica como en la toma de decisiones Administrativas, Técnicas y Financieras, relacionadas con la actividad del emprendimiento como Agente Productivo y su vinculación con la realidad nacional y las posibilidades de inserción en la Economía Internacional, razón por la que la academia es la llamada a generar información correspondiente a estos temas, contrastados con la realidad del país.

El presente trabajo detalla, el resultado de investigación en la empresa, su aplicación a través de la Política Empresarial, utilizando un instrumento muy útil y práctico, la Metodología de Preparación y Evaluación de Proyectos.

Esta obra, presta especial atención a la realidad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), esta obra se ha estructurado de modo que se pueda adaptar a sus necesidades prácticas.

Además, contiene un análisis de la teoría económica en general y sus divisiones usuales y dentro de ellas la relación entre la microeconomía y la macroeconomía en el marco de la ciencia y la política económica para aplicar la teoría a la práctica.

La empresa tratada como parte de la función producción, los factores que son utilizados y su vinculación con los diferentes mercados, poniendo énfasis en el estudio de mercado como determinante de la viabilidad comercial de la empresa.

Se incluye un análisis de los instrumentos del Marketing y su mecanismo de aplicación, así también se analizan la determinación de los ingresos de la empresa a través de las ventas de los bienes y servicios producidos y los gastos que incurren para dicha producción, la determinación de los beneficios en las diferentes formas del mercado, aplicados a la teoría de la empresa y el análisis contable de los Estados Financieros.

Finalmente se orientan el análisis de la evaluación de proyectos en la empresa y del proceso de elaboración de un proyecto, su estructura y los componentes básicos de un estudio de factibilidad.

Objetivos de la obra:

- Proporcionar las bases y el marco de referencia de la economía de las empresas, su sustento científico a través de la teoría y su implementación, organización y funcionamiento mediante la política empresarial como el arte de aplicar la teoría.
- Instruir al lector en la aplicación de la teoría económica para la toma de decisiones tendientes a lograr el fomento de las inversiones en actividades productivas.
- Definir una alternativa de política empresarial como estrategia de política económica y social para enfrentar al proceso de globalizador del capitalismo.

CAPÍTULO 1.

BASE CONCEPTUAL

1. INTRODUCCIÓN

Para el proceso de investigación en un sector específico de la Economía el primer paso, es el levantamiento de información en base a datos estadísticos primarios para describir la realidad de la manera como se comportan los diferentes agentes de un determinado sistema económico.

Dentro del funcionamiento del sistema económico se pueden distinguir dos tipos de agentes: "Los Agentes Económicos" que somos todos los consumidores que consumimos bienes y servicios, en este grupo incluimos a los hogares o las familias y también a las empresas privadas y el sector público en general y sus empresas en particular.

En consecuencia, se puede afirmar que los agentes económicos están representados por la población, que es donde se encuentran los propietarios de los factores de la producción, que ofrecen y venden estos recursos productivos en el correspondiente mercado.

El otro grupo de agentes lo constituyen los "Agentes Productivos" que son los que producen y venden bienes y servicios, para cumplir con esta función, demandan, contratan y utilizan los factores de la producción.

A esta tarea de levantamiento de datos, descripción de la realidad y clasificación de los hechos, se dedica la "Economía Descriptiva", a través de las formulaciones proporcionadas por la economía descriptiva, la realidad observada se somete a un tratamiento científico y que consiste en plantear preguntas que nos permitan encontrar respuestas acertadas, así el primer paso del método científico es la observación de donde surgen las preguntas.

La descripción de la realidad puede no ser lo suficientemente ilustrativa, para que tengan valor los hechos observados e interpretados adecuadamente, deben conducir a generalidades útiles, este segundo tratamiento le corresponde a la "Teoría Económica", que es la parte central de la clasificación de la economía, la misma que se encarga de la formulación de principios, leyes o modelos explicativos o interpretativos de la realidad en aplicación de la "Inducción" en

base a hipótesis sobre el comportamiento de los hechos conocidos y observados.

Cuando la fundamentación es directa y los hechos conducen a la teorización inmediata, además, cuando la teorización ocurre solo en parte de la realidad conocida, la continuidad en una y otra parte habrá sido establecida por la "Deducción" es decir hipótesis sobre el comportamiento de hechos no conocidos o sobre las posibles relaciones entre éstos y los observados.

Esta metodología científica de teorización de la economía se realiza en base a una dualidad de análisis: el microeconómico y el macroeconómico.

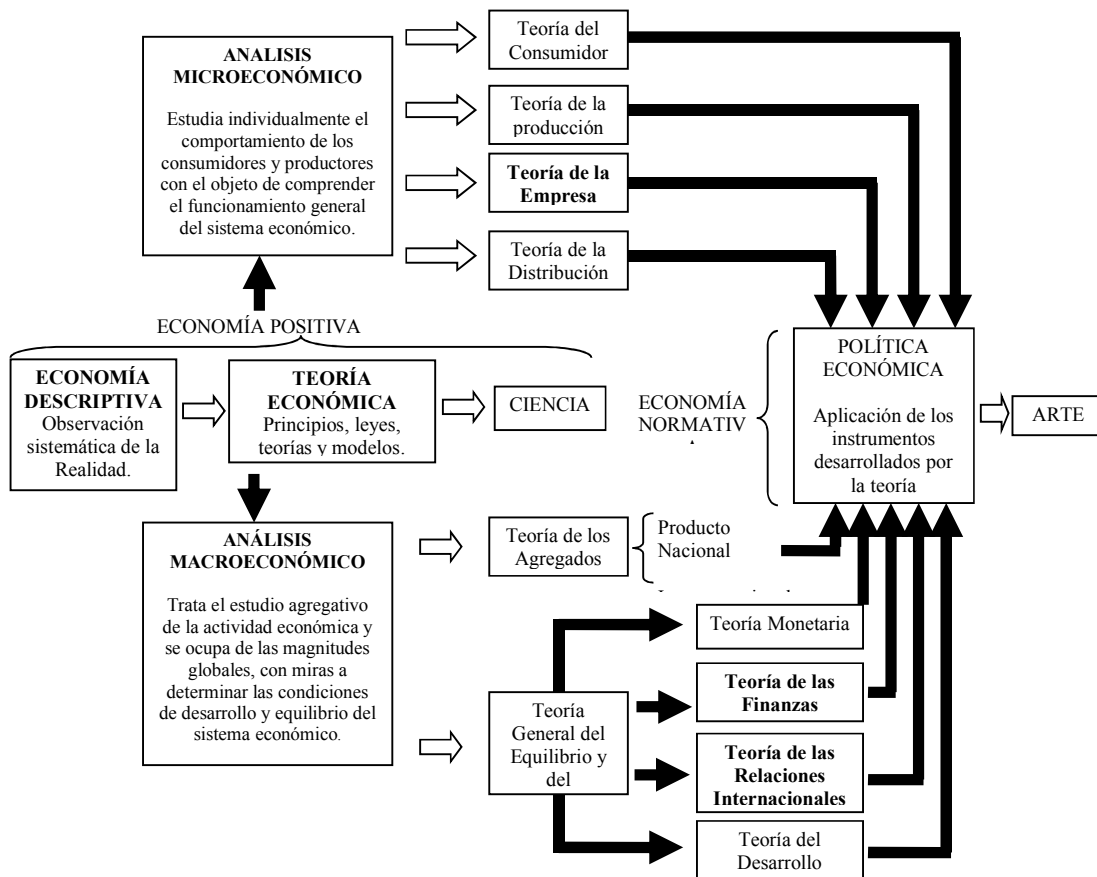
Las dos primeras divisiones (economía descriptiva y teoría económica) y su correspondiente análisis se conoce como "**economía positiva**" la misma que se preocupa de los hechos por la forma como son o como se presentan.

Los avances y todo el análisis realizado por la teoría económica son utilizados por la "**política económica**", cuyo soporte constituye todo el trabajo desarrollado por la economía positiva.

Finalmente, a través de la política económica se puede formular soluciones y tomar decisiones para el control de la realidad y la corrección de los problemas, esta tarea de aplicación de la teoría se conoce como "**Economía Normativa**", en la que se trata de proponer cómo deben ser los hechos.

José Paschoal Rossetti, en su libro Introducción a la Economía incluye una figura bajo el título "Divisiones Usuales de las Tres Partes Principales de la Economía" la misma con algunos complementos la introducimos en este análisis para resumir y entender mejor lo anteriormente señalado.

FIGURA 1



1.1 ANÁLISIS Y TEORÍA MICROECONÓMICA

La teoría económica, que es la parte central y medular de la clasificación anteriormente expuesta, tiene dos campos de análisis, el micro y el macro que significa pequeño y grande respectivamente y que, al aplicarse al análisis económico, estas dos ramas existieron juntas durante siglos como **Economía**.

La división entre microeconomía y macroeconomía solo se hizo clara a partir de la gran depresión de la década de 1930. Las teorías clásica y neoclásica, estuvieron dedicadas principalmente al análisis macroeconómico en base a la unión del examen de las acciones de los agentes económicos dedicados a las actividades de producción y de consumo y como resultado de la filosofía individualista y liberal que prevaleció en la segunda mitad del siglo XVIII.

Debido a esa estructura teórica, el análisis microeconómico también se denomina **Teoría de los Precios**, en razón a que en las economías liberales es a través de este mecanismo como se articulan y coordinan las acciones de los productores y de los consumidores. Al estudiar la formación de los precios,

esta rama de la economía se orienta hacia el estudio de la **Oferta**, de la cual son responsables los productores, y de la **Demanda**, que depende de la conducta y reacciones de los consumidores, funciones que constituyen las fuerzas que regulan los precios y el mercado, es por esta razón por lo que la microeconomía enfoca su estudio a los mercados en sus diferentes manifestaciones, desde las situaciones de **Monopolio** hasta el extremo teórico de **Competencia Perfecta** estableciendo las condiciones generales de equilibrio de las empresas en cada una de las posibles situaciones de competencia.

Del mismo modo el análisis microeconómico investiga la oferta y la demanda de recursos productivos en el correspondiente **Mercado de Factores** como parte de los procesos de producción que implican la identificación de los costos de utilización de los factores de la producción desde el punto de vista de la empresa, como por ejemplo los sueldos y salarios pagados al factor trabajo y los intereses pagados por concepto del financiamiento de las inversiones realizadas con capital ajeno y por otro lado y como contrapartida las remuneraciones que reciben los propietarios de los recursos productivos por los mismos conceptos señalados y adicionalmente los beneficios y utilidades atribuidos a la capacidad empresarial, todo este proceso de costos de utilización y remuneraciones de los factores de la producción son parte de la Teoría de la Distribución del Ingreso.

Para cubrir todo este análisis teórico, la microeconomía se divide en cuatro grupos: Teoría del Consumidor, Teoría de la Empresa, Teoría de la Producción y Teoría de la Distribución. La articulación de estas cuatro ramas abarcan todas las funciones que se realizan en el interior de un Sistema Económico.

1.2 ANÁLISIS Y TEORÍA MACROECONÓMICA

Como señalamos anteriormente, el enfoque macroeconómico tropezó en el siglo XX con la confusión provocada por la depresión de los años 30 con los desastres derivados de las guerras mundiales, con los problemas del subdesarrollo, con la inflación, el desempleo, los desequilibrios de la balanza de pagos y la creciente internacionalización de la economía en general y en particular del mercado.

Estos grandes acontecimientos contemporáneos contribuyeron a desviar el interés de los economistas hacia el **Análisis Macroeconómico**, sustituyendo los clásicos enfoques microeconómicos y liberales por un nuevo planteamiento macroeconómico con intervención del estado, captando e interpretando la realidad en términos agregados y globales.

La labor de reorientar la estructura teórica de la economía clásica y neoclásica tradicionales, perteneció a **Jhon Maynard Keynes**, pasando del planteamiento del sistema económico a partir de sus agentes individuales **Productores y Consumidores** hacia el análisis de conceptos agregados, tales como el Ingreso Nacional, el Consumo, el Ahorro y las Inversiones Totales, el volumen de las Exportaciones y de las Importaciones, los gastos y los ingresos totales del gobierno. Los niveles de precios, el nivel de empleo y el financiamiento, fueron considerados globalmente, para lo cual el análisis macroeconómico se dividió en dos grupos: La Teoría de los Agregados y la Teoría General del Equilibrio y del Crecimiento y sus subdivisiones teóricas.

1.3 TEORÍA Y POLÍTICA ECONÓMICA.

La teoría es una tentativa de explicación de un fenómeno o de un problema. Podría decirse que es un conjunto de Hipótesis (Modelo) que explica cómo se desenvuelve un fenómeno económico y sus mecanismos. Para comprender e interpretar la realidad, los economistas hacen uso de una herramienta denominada **Modelo**, el mismo que es una versión simplificada de la realidad que permite entender los mecanismos más relevantes.

La teoría económica es una ciencia como una forma de buscar explicaciones de la realidad, a través de un mecanismo específico que es el **Método Científico**.

En las ciencias sociales casi nunca se puede experimentar, pero eso no impide que sean ciencias y que puedan tener explicaciones cada vez mejores del comportamiento del hombre en sociedad.

Cuando pensamos en **Política**, en cambio, nos encontramos frente a ciertos fines que nos proponemos conseguir y para lo cual se dispone de determinados medios. Fijar fines u objetivos y adecuar los medios disponibles, constituye el campo de la política.

Teoría y Política, si bien tienen su campo específico, en la práctica marchan juntos, un buen conocimiento de los hechos y de la realidad, constituye la base para fijar objetivos y sobre todo para seleccionar los medios, recursos o instrumentos que se han de emplear, lo cual podemos asociar con el **Arte** de aplicar la teoría y de tomar las decisiones más adecuadas y tendientes a la utilización eficiente de los medios y recursos productivos.

1.4 RELACIÓN ENTRE MICRO Y MACRO ECONOMÍA

Si bien estos dos tipos de análisis de la Teoría Económica han sido abordados y estudiados en forma independiente, en el campo de su aplicación práctica

marchan juntas, podemos decir que la primera forma parte de la segunda y su relación es muy estrecha, convirtiéndose en dos formas de análisis interdependientes.

Lo anteriormente señalado se aplica con mayor énfasis y dependencia al referirnos a la política microeconómica y macroeconómica en general y en particular a las decisiones que tienen que adoptar las empresas especialmente del sector privado y las decisiones macroeconómicas adoptadas por el estado, a través de los gobiernos de turno.

Así una decisión de política Fiscal en materia tributaria de reducción de los impuestos tanto directos como indirectos provocaría un aumento del ingreso disponible y en consecuencia un aumento en el consumo familiar o por otro lado un aumento del ahorro y la inversión de los agentes productivos privados, lo que ocasionaría a su vez un aumento de la Demanda Agregada y en condiciones de equilibrio, un aumento del Producto Interno Bruto (PIB). Idéntico análisis podemos realizar con una política crediticia relacionada con una tendencia a la disminución de las Tasas de Interés para incentivar la Inversión con fuentes de financiamiento provenientes del sistema financiero, público y privado.

EMPRESA Y PRODUCCIÓN.

Las personas en una sociedad tienen una gran cantidad y variedad de necesidades que conducen a demandar o desear distintos bienes y servicios para satisfacerlas.

Los bienes y servicios por ser limitados hacen que tengan una valoración monetaria y económica es decir que quienes lo demanden estén dispuestos a pagar para obtenerlos.

Esta situación determina que su producción y distribución pueda ser atractiva para otras personas naturales o jurídicas que están en condiciones de producir los bienes y servicios requeridos.

La demanda de un producto o servicio genera una expectativa de producción y venta y en consecuencia el ánimo de lucro que en términos de la teoría de la empresa, el concepto de lucro se asocia como el de utilidad como la diferencia de abstraer los costos por la utilización de los factores de la producción a los ingresos por el producto de la venta de bienes y servicios, esta iniciativa y expectativa constituye el motor de la actividad empresarial.

1.5 CONCEPTO DE EMPRESA

Al analizar el rol que desempeña la empresa dentro de la economía y el mercado, hemos sentado las bases que justifican su presencia y existencia, sin embargo y teniendo en cuenta las opiniones y definiciones de algunos autores solventes en esta materia, a continuación, presentamos la siguiente definición:

"La empresa en general se considera a toda unidad económica con autonomía administrativa y financiera fundamentalmente y una organización que le permita combinar de una manera adecuada, eficaz y racional, todos los recursos productivos (factores de la producción) con el objeto de generar bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la población en el mercado".

1.5.1 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- Explicar y justificar el rol de la empresa y del empresario como agentes productivos y como elementos clave en la determinación de oferta del mercado.
- Describir los principales tipos o formas de organización empresarial.
- Resaltar el papel de los beneficios o utilidades como el motor que estimula la producción y la asignación de recursos en general y en particular la inversión.
- Comprobar que la Teoría de la Empresa muestra como las empresas utilizan los factores y los convierten en productos, resaltando el concepto de productividad.
- Actuar con responsabilidad social empresarial, en el sentido de involucrar su actividad en estrecha relación con el gobierno, sindicatos, trabajadores, la sociedad y el impacto generado en lo económico, social y ambiental.

1.6 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Las empresas actúan como agentes productivos, desarrollando sus actividades de producción o servicios en los diferentes sectores, circunstancia que da origen a una primera clasificación.

1.6.1 TIPOS O CLASES DE EMPRESAS EN FUNCIÓN DE LA ACTIVIDAD.

Las mismas se incluyen en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 1

TIPO DE EMPRESA	ACTIVIDAD BÁSICA	SUBSECTOR	SECTOR PRINCIPAL
Empresa de Producción Primaria	Producir bienes de consumo final (alimentos) o materias primas (insumos).	Agrícola Pecuario Forestal Pesquero Minería	Sector Primario
Empresas Manufactureras e Industriales	Proceso de transformación de materias primas.	Industria: Textiles Alimenticias Metalmecánicas Petroquímicas Farmacéuticas, etc.	Sector Secundario
Empresa de Servicios	El servicio a la colectividad, a otras empresas y a personas naturales y jurídicas.	Comercio Educación Salud Finanzas Transporte Turismo Telecomunicaciones Energía Eléctrica Agua Potable	Sector Terciario

1.6.2 CLASES DE EMPRESAS SEGÚN SU FORMA JURÍDICA

- EMPRESAS INDIVIDUALES

Al frente de ellas hay una persona física (individual) titular del patrimonio de la empresa. Que es quien la impulsa, decide su actividad y asume los riesgos. Ejemplo el pequeño comercio.

- SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD ILIMITADA

Los socios responden de las deudas con todo su patrimonio embargable. Pertenecen a esta categoría las sociedades civiles y las sociedades colectivas.

- **SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

Son las más comunes y numerosas y en ellas los socios sólo responden a las deudas sociales con el capital que han aportado, se incluye en este grupo:

- Las sociedades anónimas.
- Las sociedades de responsabilidad limitada.
- Las sociedades anónimas laborales
- Las sociedades cooperativas.

- **SOCIEDADES MIXTAS**

En estas sociedades algunos de los socios tienen responsabilidad ilimitada y otros socios, por el contrario, limitan su responsabilidad a las aportaciones de capital que han realizado.

1.6.3 CLASES DE EMPRESAS EN FUNCIÓN DE LA TITULARIDAD DE SU CAPITAL

- **EMPRESAS PÚBLICAS**

Su capital pertenece al estado ó a entidades públicas en su totalidad.

- **EMPRESAS PRIVADAS**

Su capital pertenece a personas particulares.

- **EMPRESAS MIXTAS**

Parte de su capital pertenece a entidades públicas y el resto a particulares o a empresas privadas.

Las empresas, sea cual sea la naturaleza de las mismas, deberán observar simultáneamente:

- Los costos que implica producir y,
- Los ingresos que esperan obtener con el producto de la venta de los bienes o servicios generados.

De esta relación surge como resultado la utilidad o los beneficios.

1.7 LA FUNCIÓN PRODUCCIÓN Y LA EMPRESA COMO AGENTE PRODUCTIVO

Los bienes y servicios como el pan, la leche, la carne, los vestidos, la energía eléctrica, el agua potable y en general todos aquellos que necesitamos para vivir, los producen las empresas. El nivel de vida de la población de un país depende de su capacidad para producir bienes y servicios y de su capacidad para satisfacer las necesidades.

En todo caso, como ya señalamos en el numeral anterior, al producir, la empresa incurre en una serie de costos que deberá cuantificar y valorar adecuadamente para que la diferencia entre los ingresos que obtiene y los costos en los que incurre sea lo mayor posible.

La función producción especifica la relación entre la cantidad de factores o recursos productivos utilizados para producir un bien o servicio y la cantidad generada de los mismos.

1.7.1 LA PRODUCCIÓN EN EL CORTO PLAZO

En la producción, la empresa como eje del sistema, emplea muchos factores, algunos de los cuales son bienes de capital, como maquinarias, equipos, edificios, tecnología, etc. Si decidiéramos aumentar la producción rápidamente, algunos de estos factores no podrían incrementarse en el corto plazo y solo sería posible aumentar la producción con mayores cantidades de otros, como el factor trabajo, cuya adquisición en mayores cantidades, si resulta posible en un tiempo breve. Por esta razón se considera en el corto plazo a los primeros factores señalados como fijos y a los segundos como variables.

Al analizar la evolución de la producción del banano en una empresa agrícola, en el corto plazo, sólo podrían producirse variaciones en las cantidades utilizadas del factor trabajo permaneciendo constantes o fijos los demás factores productivos. Dentro de este análisis es necesario distinguir y puntualizar tres conceptos adicionales a la producción total (PT), estos son: el Producto Marginal (PMg), el Producto Medio (PMe) y la Ley de los Rendimientos Decrecientes.

1.7.1.1 EL PRODUCTO MARGINAL (PMg)

El producto marginal de un factor productivo variable por ejemplo del trabajo, es el producto adicional obtenido cuando la cantidad del trabajo utilizada se incrementa en una unidad. La fórmula de cálculo se expresa a través de la siguiente relación

$$PMg = \frac{\Delta PT}{\Delta Qfv}$$

1.7.1.2 EL PRODUCTO MEDIO (PMe)

El producto medio del factor trabajo, se le denomina también "Productividad del Trabajo" e indica el nivel de producción que obtiene una empresa por unidad de trabajo empleado.

$$PMe = \frac{PT}{Qfv}$$

En términos generales, el concepto de "Productividad" se identifica con el cociente o relación entre el producto total y una media ponderada de factores productivos utilizados en el proceso de producción de bienes y servicios.

1.7.1.3 LA LEY DE LOS RENDIMIENTOS DECRECIENTES

Esta ley determina que el producto marginal de un factor de la producción (trabajo), considerado variable, disminuye superado un nivel, al incrementarse la cantidad, empleada de ese factor, permaneciendo los demás factores constantes o fijos.

1.7.2 LA PRODUCCIÓN EN EL LARGO PLAZO

En el largo plazo todos los factores productivos se consideran variables, las empresas tienen la posibilidad de alterar la cantidad de cualquiera de todos los factores que utilizan en la producción de bienes y servicios, incluido el capital y la tecnología, en economía, la diferencia entre el corto y el largo plazo se determina atendiendo a la existencia o no de factores fijos.

Las características técnicas de la producción a largo plazo se identifican generalmente en relación con el concepto de "Rendimientos de Escala".

El concepto de Economía de Escala no está en contradicción con la ley de Rendimientos Decrecientes. Dicha ley se refiere al incremento de un factor variable, manteniendo los demás fijos.

Las economías de escala se identifican generalmente, con los siguientes hechos vinculados a la utilización de tecnología moderna:

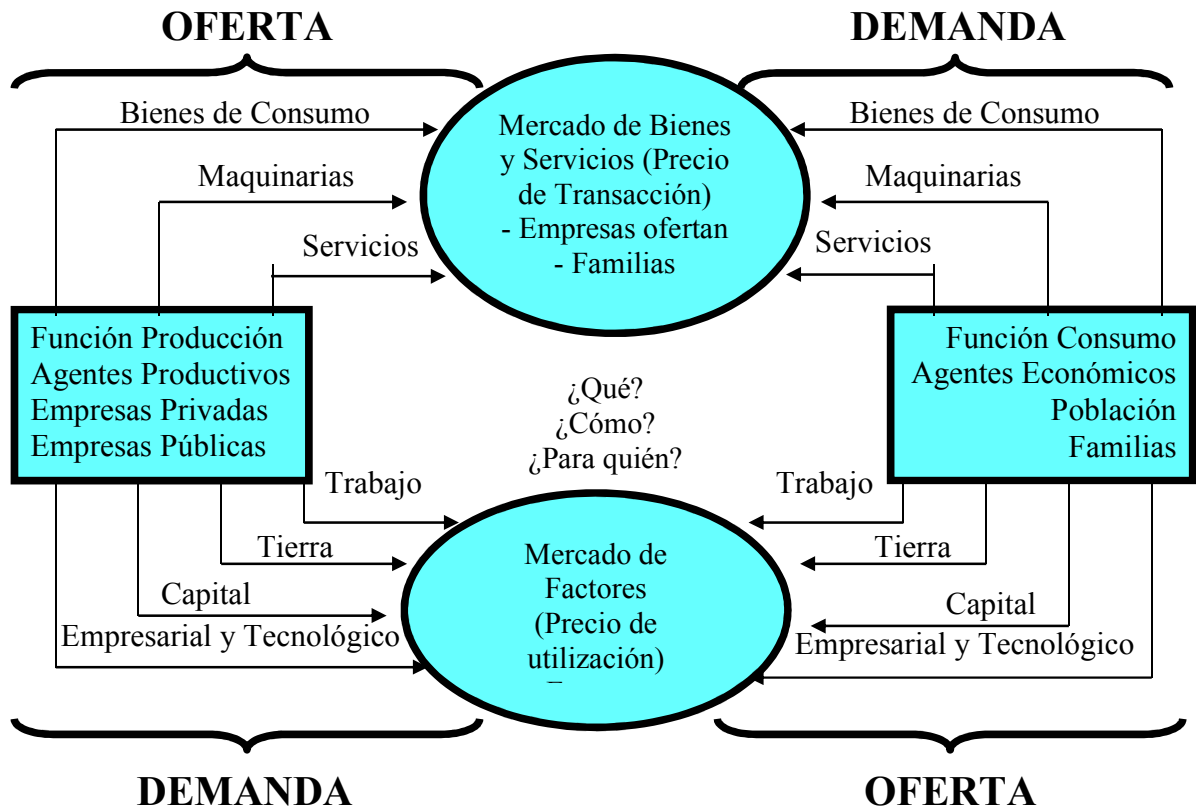
- Producción en gran escala.
- División del trabajo y especialización de las funciones.
- Utilización de los denominados mecanismos de autorregulación (tornos, guías)
- Utilización de las piezas tipificadas intercambiables (repuestos).
- Conversión de procedimientos complicados a simples operaciones repetidas.
- Utilización de fuentes de energía alternativas (energía hidráulica, solar, atómica, motores de combustión interna y muchos otros adelantos tecnológicos).

Los rendimientos de escala constituyen la respuesta del producto total al incremento de todos los factores productivos proporcionalmente.

Finalmente, la producción experimenta rendimientos de escala crecientes, decrecientes o constantes cuando un incremento proporcional de todos los factores productivos genera en el producto un incremento más que proporcional, menos que proporcional o justamente proporcional.

FIGURA 2

MODELO DEL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA ECONÓMICO



1.8 PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN EN LA ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Para ilustrar mejor la organización de la producción y el rol que desempeñan las empresas como agentes productivos dentro del sistema económico, a continuación, se presenta un modelo de dicho funcionamiento

Sobre la base del modelo contenido en la figura No. 2 realizamos el análisis de las preguntas que se plantean en la organización de la producción y la forma en que se obtienen las respuestas dentro de los diferentes elementos incluidos en el modelo.

Todas las sociedades en general y en particular todas las empresas, sea cual sea la naturaleza de las mismas, deben enfrentar y resolver tres problemas económicos fundamentales, planteados a través de las siguientes preguntas:

1.8.1 ¿QUÉ PRODUCIR Y EN QUÉ CANTIDAD SE DEBE PRODUCIR?

Se deberá decidir qué bien o servicio se producirá entre los miles de alternativas y en qué cantidad. Se producirá bienes de consumo como vestidos, alimentos, etc., o se dará mayor prioridad a los bienes de capital, o de inversión, como equipos, maquinarias, etc., que permitan incrementar la producción y satisfacer las necesidades en el futuro. Se prestará mayor atención a los bienes materiales como alimentos o vehículos, o se orientará a la producción de servicios destinados a la educación, salud, agua potable, etc.

La respuesta a esta pregunta se la encuentra en el Mercado de Bienes y Servicios a través del correspondiente estudio de mercado, es aquí donde se identifican los gustos y las preferencias del consumidor, por medio del gasto que realizan en el mercado.

1.8.2 ¿CÓMO PRODUCIR Y QUIENES DEBEN PRODUCIR?

Con qué recursos y con qué tecnología producirán las empresas, qué recursos humanos se asignarán al desarrollo de las diferentes actividades, qué tipo de energía se utilizará, centrales hidráulicas, térmicas, solares, nucleares. Las fábricas darán prioridad a la utilización de recursos humanos que permitan generar empleo o se sustituirá por robots. La producción estará concentrada en empresas privadas o en empresas públicas.

La respuesta a esta pregunta es responsabilidad del Productor, Empresa o Agente Productivo, en el sentido de que el mismo debe combinar eficientemente los recursos productivos para lo cual requiere de conocimientos científicos, tecnológicos administrativos y de mercado y esto se consigue a través del correspondiente Estudio Técnico y Administrativo, en la medida en que se utilicen y combinen eficazmente los recursos productivos, las empresas estarán en capacidad de producir a costos más bajos y consecuentemente obtener utilidades y mantenerse en la producción y en el mercado lo cual lo determinamos a través del Estudio Económico – Financiero y la respectiva Evaluación de las Inversiones.

1.8.3 ¿PARA QUIÉN Y CÓMO SE DISTRIBUYE LA PRODUCCIÓN?

Toda la producción se distribuye entre quienes participaron en la misma, de acuerdo a su participación será su distribución, es decir cuál es la distribución del ingreso y el consumo entre los diferentes individuos y clases sociales, entre las empresas, el estado y las familias.

Se tratará que la distribución del ingreso sea equitativa o, por el contrario, se permitirá que la renta y el ingreso se concentre en una minoría, permitiendo la existencia de una polarización en su distribución, dejando a la mayoría de la

población excluidos de los beneficios del desarrollo basado en el incremento de la producción y del ingreso.

La respuesta a esta pregunta se la encuentra en el Mercado de Factores pues, es aquí donde se identifica la participación de los diferentes factores de la producción, a través del correspondiente estudio.

1.9 FACTORES DE LA PRODUCCIÓN

Los Factores de la Producción, se los denomina también Recursos Productivos (IMPUTS) y son los recursos utilizados y combinados por las empresas o unidades económicas de producción para generar o producir bienes y servicios (OUTPUTS) tradicionalmente se han considerado la existencia de tres categorías de factores:

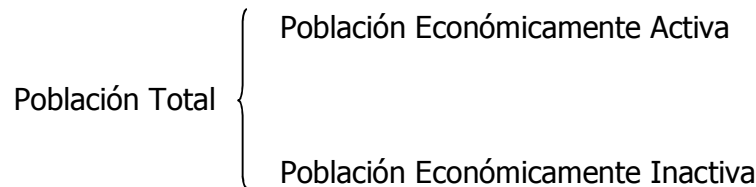
- **El Trabajo o Recurso Humano:** El tiempo y las capacidades físicas e intelectuales del ser humano dedicadas a las actividades productivas.
- **La Tierra o Recurso Natural:** Todo lo que aporta la naturaleza al proceso productivo.
- **El Capital o Recurso Financiero:** Los bienes duraderos o de inversión no dedicados al consumo sino a generar renta u otros bienes y satisfacer las necesidades futuras.

Sin embargo, modernamente se considera a la "tecnología" como un cuarto factor de la producción y también es frecuente considerar a la "Eficiencia Administrativa o Empresarial" como promotor y gestor de las empresas, como un quinto factor productivo.

1.9.1 EL RECURSO HUMANO O FACTOR TRABAJO

Está representado por el esfuerzo físico e intelectual del ser humano incorporados al proceso productivo y es un factor considerado generalmente variable incluso en el corto plazo, el hombre actúa sobre los recursos naturales disponibles y a través de un proceso de adaptación y transformación de los mismos, contribuye de la forma más significativa a la satisfacción de las necesidades de la población, la misma que es el conglomerado social en el que se encuentra el hombre como representante del recurso humano.

La Población que representa a su vez la fuerza laboral de un país, a partir de la metodología utilizada por la Organización Internacional del trabajo (OIT) para medir, a través de encuestas lo que se conoce como Tasa de Desempleo Abierto y que es el porcentaje de la Población Económicamente Activa que tiene trabajo, se clasifica usualmente de la siguiente manera:



1.9.1.1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

La clasificación anterior, fue adoptada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el mismo sostiene como "Fuerza Laboral" de un país, a la "Población Económicamente Activa" (PEA), que se define como la población que se encuentra comprendida entre los 12 y 65 años de edad y que tiene interés por trabajar, para incluir a todos aquellos que están empleados y aquellos que están desempleados pero buscando empleo activamente, fundamentalmente se considera como población económicamente activa a aquella parte de la población que se halla potencialmente apta para trabajar, los límites de edad apta para el ejercicio de actividades de producción varían en función del grado de desarrollo de la economía y la influencia de disposiciones de la legislación de carácter social, en relación con la edad mínima de acceso al trabajo y el período mínimo exigido para la jubilación.

Dentro del análisis de la fuerza laboral, se debe considerar los siguientes conceptos: El desempleo, el subempleo y el empleo informal.

Desempleo.- Se define en el Ecuador según el INEC, para incluir a todos aquellos que están buscando empleo por primera vez y a aquellos que están buscando trabajo luego de haber renunciado o de haber sido despedidos.

Subempleo.- Los subempleados son, por definición, un subconjunto de esa porción de la fuerza laboral que está empleada de alguna manera. La literatura sobre los problemas del empleo en los países en desarrollo, por lo general, identifica dos tipos de subempleo: (a) subempleo abierto, en el que un trabajador es empleado por menos horas al día o a la semana que un estándar (semana laboral de 40 horas); y (b) el subempleo disfrazado u oculto, en el cual el trabajador es empleado a tiempo completo pero recibe menos salario que el estándar o salario mínimo o un índice similar de bienestar.

La magnitud del subempleo abierto o del oculto depende del nivel absoluto de los estándares utilizados. Mayor estándar, mayores serán los niveles de subempleo observados. Se acostumbra denominar como subempleo a aquella parte de la fuerza laboral que tiene muy malas condiciones de empleo sin prestaciones sociales, sueldos muy bajos, demasiado tiempo de trabajo, etc.

En este análisis también es necesario distinguir lo que conoce como “empleo formal y empleo informal”, este último es el que se genera en la economía también llamada informal o economía subterránea y ésta se refiere al conjunto de actividades económicas que se realizan al margen de las leyes, en este grupo existen muchas personas que no tienen interés por ser ilegales, pero que el mercado laboral les ha desplazado, vendedores ambulantes, prestadores de servicios en las calles, etc.

1.9.1.2 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA

Se considera como tal, a aquella parte de la población menor de 12 años y mayores de 65 años fundamentalmente corresponderá a aquellos que no se encuentran potencialmente aptos para trabajar: niños, ancianos, discapacitados, etc.

1.9.2 EL RECURSO NATURAL O FACTOR TIERRA

Comprende todas las áreas del recurso tierra destinadas a:

- La Explotación y Producción Agrícola, Pecuaria y Forestal. Para el caso del Ecuador, su geografía y topografía muy diversa y consecuentemente su clima y uso de suelo son sumamente variados, desde zonas secas en parte de las provincias de Santa Elena y Manabí, Trópico y Subtropical Húmedo de la costa, y de las estribaciones de la Cordillera de los Andes, Los Valles Templados Interandinos y lo que se denomina la Sierra y finalmente traspasando la Cordillera Oriental de los Andes se inicia un rápido descenso hacia los Bosques Tropicales Amazónicos de las tierras bajas orientales.

Esta situación determina a su vez una significativa diversidad biológica expresada por un gran número de especies vegetales y animales que determinan también innumerables ecosistemas.

En el Ecuador se han identificado ocho zonas agro – ecológicas, agrupadas en función de los siguientes criterios para su clasificación: temperatura, disponibilidad de agua, calidad del suelo, utilización de la tierra y accesibilidad, las mismas son las siguientes:

- Planicies secas de la costa.
- Planicies húmedas del sur de la costa.
- Declives exteriores de los Andes.
- Laderas y páramos del norte.

- Los valles del norte.
 - Sierra del sur.
 - El oriente o zona húmeda amazónica.
- La Explotación de los Recursos del Subsuelo (Minas e Hidrocarburos)

La minería se considera generalmente una actividad de corto plazo, pero con efectos a largo plazo, este tipo de explotación cuando se realizan en áreas de bosque constituye un factor de depredación de los mismos con graves efectos sobre el medioambiente, se calcula que, conjuntamente con la explotación petrolera, amenaza el 38% de las últimas extensiones de bosques primarios del mundo.

Las actividades mineras comprenden diversas etapas, cada una de las cuales conllevan impactos ambientales particulares.

En el Ecuador existen minerales metálicos y no metálicos que ofrecen buenas perspectivas para la actividad minera. El petróleo, es el mineral no metálico más importante del país.

El Ecuador cuenta con una extensión de 255,970 Km², dispone seis cuencas sedimentarias: Oriente (Napo, Pastaza y Sucumbíos); Guayaquil (Progreso, Santa Elena, Golfo de Guayaquil); Manabí y Esmeraldas (Borbón); Litoral Pacífico (costa afuera) y Cuenca, que abarcan un área de 190,700 Km² de roca sedimentaria; de estos, 98,000 Km² corresponden a la región amazónica (51.4%), 77,333 Km² a la región de la costa y 25,000 Km² a la plataforma continental. De estas cuencas sedimentarias sólo en las dos primeras se ha demostrado la presencia de hidrocarburos.

- La Explotación de los Recursos Hidráulicos.

Tanto desde el punto de vista de la prestación de servicios: agua potable, riego y transporte fluvial, así como desde el punto de vista de la generación de energía: proyectos hidroeléctricos, además la pesca continental que se practica de manera artesanal en los ríos y lagos del territorio nacional.

- La Explotación de los Recursos Ictiológicos o de Mar: La pesca y todos los recursos que en el mar se encuentran y que son potencialmente aptos para la satisfacción de las necesidades.

La pesca marítima a lo largo de la costa, se realiza de dos formas: artesanal e industrial, la primera es realizada por un centenar de comunidades de pescadores y la segunda se practica en alta mar y lo realizan grandes transnacionales con equipos y tecnología moderna.

- La Construcción de Obras de Infraestructura Vial y Desarrollo y Expansión de Centros Urbanos.

La Tierra se considera un recurso o factor fijo y su rendimiento se denomina renta económica pura o simplemente renta.

1.9.3 EL RECURSO FINANCIERO O FACTOR CAPITAL

El hombre actuando sobre los recursos naturales disponibles ha logrado, a través de un proceso de transformación y acumulación construir y constituir cierto tipo de bienes, denominados de capital y que tienen la característica de generar renta u otros bienes y sirve para satisfacer necesidades futuras.

Los bienes de capital constan de aquellos bienes durables producidos que pueden a su vez ser usados como insumos para una producción subsiguiente.

Los bienes en general y particularmente los bienes de capital se miden por su valor, a través de la equivalencia que tienen con el dinero, de allí se suele asociar la idea de capital con la idea de dinero.

El stock de capital o recursos disponibles en un momento determinado para la satisfacción de necesidades a través del empleo en la producción, puede dividirse en dos partes: capital fijo y capital circulante o de funcionamiento.

El Capital Fijo, está constituido por una serie de activos fijos incluyendo terrenos, edificaciones, instalaciones, maquinaria y equipos.

El Capital Circulante, consiste en bienes en proceso de preparación para su consumo y venta, entre estos se incluyen materias primas, bienes semiacabados y bienes acabados en manos de industriales, distribuidores o vendedores, este último también se denomina capital en inventarios o existencias o stocks.

A los bienes de capital, también se les denomina bienes de inversión.

Los hogares o las familias u otros ahorradores proporcionan los recursos financieros o fondos a aquellos que quieren invertir en el capital tangible o intangible.

Las Tasas de Interés, representan el precio que una persona natural o jurídica que recibe un préstamo paga a otra que lo otorga, por el uso del dinero durante un cierto período; las tasas de interés se expresan como un cierto rendimiento porcentual por año y en general se conoce como el precio de utilización del factor capital.

1.9.3 EL RECURSO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO

La aplicación de la tecnología en el proceso productivo de las empresas pertenecientes a los diferentes sectores, permite desarrollar productos que representan importantes contribuciones al suministro de bienes de consumo y capital.

La investigación científica y la creación de tecnologías apropiadas para la conversión de la materia prima y de los subproductos en bienes económicos, están comprobados su importancia económica y social.

La utilización de los elementos concretos de las fuerzas productivas se encuentra en estrecha vinculación con la tecnología y la organización de la producción. En particular, es objetivamente necesario para la utilización productiva de la técnica moderna el paso a la tecnología industrial, a la concentración y centralización de la producción y al perfeccionamiento de la división del trabajo y de las técnicas de dirección.

La capacidad tecnológica puede considerarse como un factor de producción de naturaleza cualitativa. Se trata de un eslabón entre la población económicamente activa y los recursos de capital. Esta capacidad se acumula, se transforma y evoluciona por la permanente transmisión de conocimientos.

1.10 LA EFICIENCIA ADMINISTRATIVA EMPRESARIAL

Uno de los aspectos que debemos tomar en cuenta y brindarle la importancia que su participación amerita en el proceso de producción de bienes y servicios, es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración, la misma que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.

“Planificar” es el proceso que comienza con la visión y misión de la organización, fijar objetivos, las estrategias y políticas organizacionales; todo esto tomando en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización y las oportunidades y amenazas del contexto (análisis FODA). La planificación abarca el largo plazo (de 5 a 10 o más años), el mediano plazo (entre 1 y 5 años) y el corto plazo donde se desarrolla el presupuesto y planes operativos anuales.

“Organizar” responde a las preguntas de, ¿quién? Va a realizar la tarea, implica diseñar el organigrama de la organización definiendo responsabilidades y obligaciones; ¿cómo? Se va a realizar la tarea; ¿cuándo? Se va a realizar; mediante el diseño de proceso del negocio.

“Dirigir” es la influencia, persuasión que se ejerce por medio del liderazgo sobre los individuos para la consecución de los objetivos fijados; basado esto en la toma de decisiones usando modelos lógicos y también intuitivos de toma de decisiones.

“Controlar” es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados; se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos. El control se realiza a nivel estratégico, a nivel táctico y a nivel operativo; la organización entera es evaluada mediante un sistema de control de gestión; por otro lado también se contratan auditorías externas, donde se analizan y controlan las diferentes áreas funcionales de la organización.

Al igual que la capacidad tecnológica, la capacidad empresarial también es un factor de naturaleza cualitativa.

Se trata del espíritu emprendedor que mueve, confina y anima los demás recursos de producción del sistema.

CAPÍTULO 2

EL MERCADO

Se considera como "Mercado" el sitio o lugar al que concurren tanto oferentes (vendedores) como demandantes (compradores) de un bien, servicio o factor de la producción y en donde se determinan los precios.

Un mercado indica, de una manera general, grandes grupos de compradores y vendedores de amplias clases de bienes, servicios o factores de la producción, en consecuencia, se puede identificar una gran diversidad de mercados, en función de que se realicen transacciones de:

Bienes (mercado del petróleo, mercado del banano, mercado automotriz, etc.),

Servicios (Mercado financiero, mercado de transporte, etc.),

Factores (Mercado laboral o de trabajo, mercado de tierras, mercado de capitales, etc.)

Del mismo modo agrupando las transacciones de bienes y servicios por un lado y de factores de la producción por otro lado, se pueden distinguir estos dos tipos de mercado, los mismos constituyen la base del funcionamiento del sistema económico y del proceso productivo.

CUADRO 2

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS CUATRO ESTRUCTURAS BÁSICAS DEL MERCADO				
CARACTERÍSTICAS	COMPETENCIA PERFECTA	MONOPOLIO	OLIGOPOLIO	COMPETENCIA MONOPOLISTA
1. EN CUANTO AL NUMERO DE EMPRESAS.	Muy grande.	Solo hay una empresa.	Pequeño.	Grande.
2. EN CUANTO AL PRODUCTO.	"Estandarizado" no existen diferencias	No existen satisfactores sustitutos.	Puede ser "estandarizado" o diferenciado.	Diferenciado
3. EN CUANTO AL CONTROL DE LAS EMPRESAS SOBRE LOS PRECIOS.	No hay posibilidad de manejo por parte de las empresas.	Importante, sobre todo cuando no existen intervenciones restrictivas.	Impedido por la interdependencia. Puede apliarse mediante la conspiración.	Existen posibilidades pero limitadas.
4. EN CUANTO A LA COMPETENCIA EXTRAPRECIO.	No es posible, ni sería eficaz.	La empresa generalmente recurre a campañas institucionales para proteger su imagen.	Es vital, sobre todo cuando hay diferenciación del producto.	Es importante, ejerciéndose a través de marcas, patentes y prestación de servicios complementarios.
5. EN CUANTO A LAS CODICIONES DE INGRESO EN LA INDUSTRIA.	No existen obstáculos.	El ingreso es imposible. La aparición de una empresa más, implica la desaparición del monopolio.	Existen considerables obstáculos.	Son relativamente fáciles.

Basados en las estructuras de mercado que se presentan en la realidad, se puede diferenciar cuatro estructuras básicas de mercado, las cuales han llamado la atención de los teóricos contemporáneos, dentro de las mismas pueden encararse las diferentes situaciones observadas en el mundo económico, puede decirse que esas estructuras son una reproducción resumida de las diversas clasificaciones existentes, junto con sus características principales, a saber:

2.1 EL MERCADO DE FACTORES

Los mercados normalmente constituyen un buen mecanismo para organizar la actividad económica. Las economías de mercado aprovechan las fuerzas de la oferta y la demanda para asignar los recursos. Así el mercado de factores es el sitio o lugar al que concurren los hogares o las familias que son los que, poseen y venden los factores productivos (oferta de factores) y las empresas que son los que contratan, usan y combinan los recursos productivos (demanda de factores) y a través del concurso entre familias y empresas, se determina los precios de utilización de los recursos o factores productivos (sueldos, rentas, intereses y beneficios)

Cuando analizamos nuestra propia situación personal, resulta fácil comprobar la estrecha relación existente entre el funcionamiento de los mercados de factores y la distribución de la renta. Así, nuestro nivel de renta o salario está determinado por el puesto de trabajo que tengamos y por la posible renta que recibamos derivada de poseer otros factores tales como la tierra, inmuebles o capital financiero.

De acuerdo a la participación de los diversos factores en el proceso productivo, será la distribución de la riqueza generada, con este criterio por ejemplo, la parte de renta que corresponde al trabajo y al capital dependerá de la proporción con la que estos factores son utilizados y la relación entre los precios de los mismos, la justificación de la política de distribución descansa en que si bien el libre funcionamiento del mercado asegura la plena y eficaz utilización de los recursos productivos, en cambio no está garantizada la distribución de la renta que se considere justa y equitativa para la sociedad.

2.1.1 LA OFERTA DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN

En una economía de mercado, la mayoría de los factores de la producción son de propiedad privada. Los agentes económicos considerándose como tales a los hogares, a las empresas privadas y al estado, son propietarios de los recursos productivos y controlan su utilización, a través de una corriente de oferta de los mismos en el mercado de factores.

Los hogares y familias en general los propietarios de los recursos productivos poseen por ejemplo el factor trabajo, en el sentido de que controlan su

utilización, pero actualmente este factor o capital humano no puede venderse, sólo puede rentarse. Generalmente el capital y la tierra son propiedad de las empresas.

Las decisiones sobre la oferta de trabajo dependen de los factores económicos y no económicos. Los determinantes más importantes son su precio y salario y algunos factores demográficos, como edad, sexo, nivel de estudios, etc. La cantidad de tierra y de otros recursos naturales depende de la geología y no pueden alterarse significativamente. La oferta de capital depende de las inversiones que hayan realizado las empresas, los hogares y el estado.

En el corto plazo, las existencias de capital son fijas, como la tierra, pero en el largo plazo la oferta de capital es sensible a algunos factores económicos, como riesgos, impuestos y tasas de rendimiento, etc. La oferta de los factores de la producción depende de las características de cada uno de ellos y de las preferencias de sus propietarios. Por lo general responden positivamente al precio.

2.1.2 DEMANDA DE FACTORES DE LA PRODUCCIÓN

Las empresas para producir demandan los recursos o factores de la producción, en el correspondiente mercado, el proceso de producción implica la combinación y transformación de los recursos, para lo cual el ejecutivo (empresario) dentro de un esquema de administración de negocios, le interesa hacer el uso más eficiente de los recursos productivos.

En el contexto de la producción, la empresa busca maximizar, el nivel de producción sujeto a una restricción de presupuesto o bien, minimizar el costo de utilización o producción. La utilización de los recursos productivos o denominados en términos del proceso de producción insumos, se presenta como una corriente de demanda de recursos y por lo tanto representa a la función costos, para las empresas.

Para ilustrar la demanda de factores, tomemos como ejemplo la demanda de un factor variable, mientras que el stock de capital es fijo. Suponemos también que el producto se vende en un mercado competitivo y en consecuencia la empresa no incide sobre el nivel de salarios, sino que estos vienen determinados por el mercado.

La empresa para obtener el nivel óptimo de empleo, es decir el nivel de producción que maximiza sus beneficios, debe averiguar si el costo de utilizar una unidad más de trabajo, es decir el salario, es mayor o menor que el aumento del ingreso derivado de disponer de más productos para la venta. En otras palabras para seleccionar el nivel óptimo de empleo, la empresa comparará el aumento del ingreso derivado de la contratación de un trabajador más, con el costo de contratarlo.

2.1.3 DETERMINACIÓN DE PRECIOS O COSTO DE UTILIZACIÓN DE LOS FACTORES O RECURSOS PRODUCTIVOS

Los precios, independientemente de tipo de mercado de que trate, se determina a través del concurso de la oferta y la demanda y es el punto en que se pusieron de acuerdo en el precio (para el caso de las empresas el precio viene a ser sinónimo de costo de utilización de factores) tanto oferentes o propietarios de los factores como demandantes o las empresas que contratan o utilizan los recursos productivos. A continuación incluimos en forma resumida diferentes conceptos de los recursos y factores productivos y su precio o costo de utilización para las empresas y la remuneración o ingresos para los hogares o propietarios.

CUADRO 3

RECURSOS PRODUCTIVOS – FACTORES DE LA PRODUCCIÓN

RECURSOS PRODUCTIVOS	FACTORES DE LA PRODUCCIÓN	PRECIO DE UTILIZACIÓN O INGRESO DE FACTORES
RECURSO HUMANO	TRABAJO	SUELDOS SALARIOS JORNALES HONORARIOS
RECURSO NATURAL	TIERRA	RENTAS ALQUILERES REGALÍAS
RECURSO FINANCIERO	CAPITAL	INTERESES
RECURSO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO	EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICO	UTILIDADES Y DIVIDENDOS

2.1.4 COSTOS Y GASTOS

Como señalamos anteriormente, las empresas para producir demandan en el mercado de factores los recursos productivos, los mismos que son contratados, combinados y utilizados con el objeto de producir o generar bienes y servicios. En este proceso, la empresa incurre en costos y gastos.

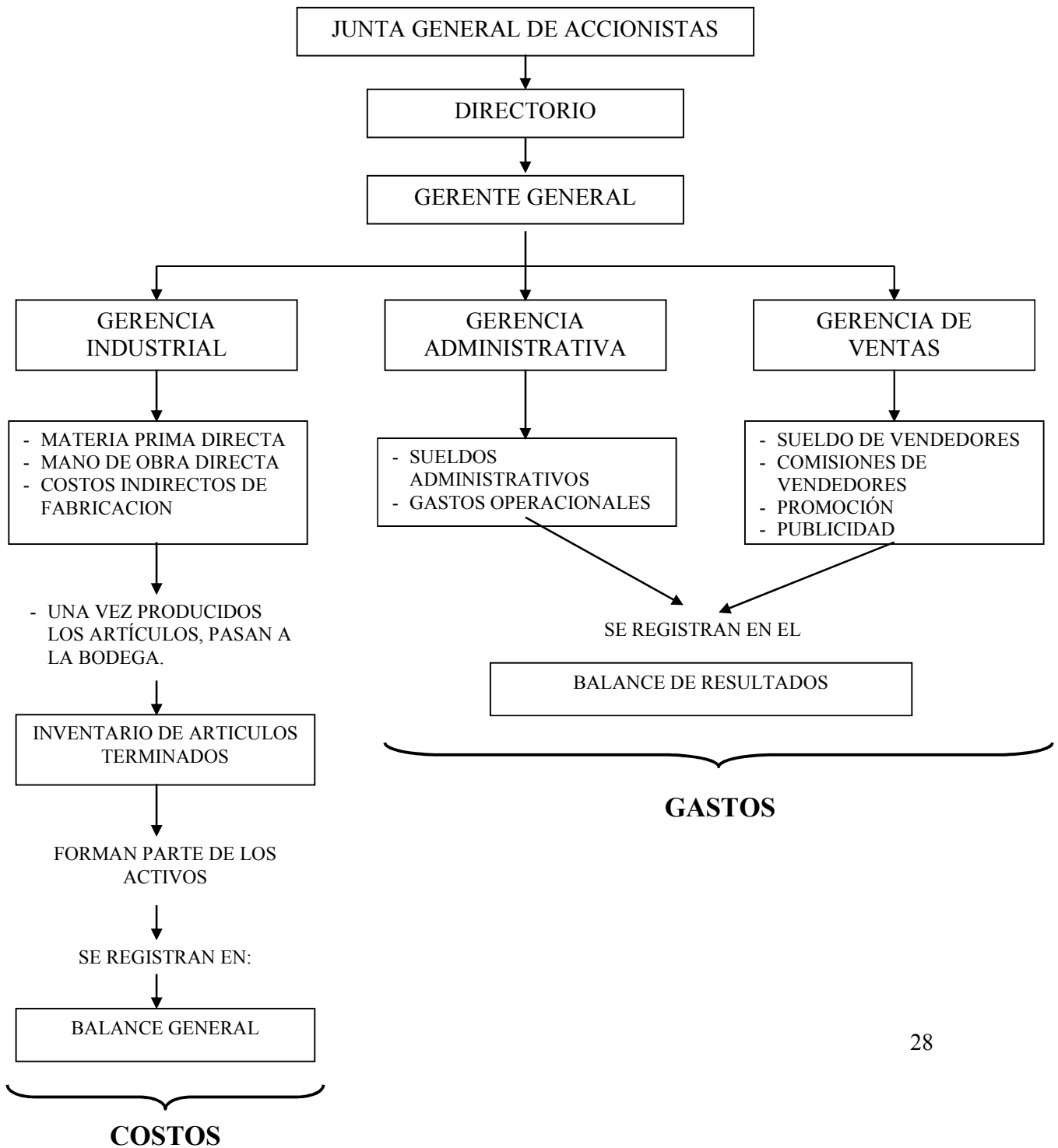
COSTOS

Constituyen desembolsos económicos que se realizan con el objeto de adquirir recursos, bienes o servicios, los mismos que servirán para producir y formar parte del artículo terminado y en consecuencia es el costo que se transfiere al inventario, razón por la que, forma parte del activo de la empresa, es decir se capitalizan o se activan hasta cuando se vendan los productos. Su registro aparece en el Balance General o Estado de Situación.

GASTOS

Son también desembolsos económicos realizados con el objeto de distribuir los productos terminados, estos gastos no se activan y como su nombre lo indica se gastan en el período en el que incurren y se registran como tales en el Estado de Resultados. Para ilustrar la diferencia entre costos y gastos tomamos a manera de ejemplo un organigrama de una sociedad anónima (empresa industrial) en la forma que se presenta en la siguiente figura.

FIGURA 3



2.1.5 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En este punto es importante resaltar la relación que existe, a corto y largo plazo, entre la producción y los costos, así según como se comporte la productividad del factor variable del mismo modo se comportará el costo variable.

La evolución del producto total determina la evolución de los costos de producción derivados de la utilización del factor variable. Dentro del análisis de los costos, es necesario diferenciar entre los costos contables o costos explícitos y los costos de oportunidad o costos implícitos.

Los primeros son aquellos que se derivan de la utilización de los recursos productivos o factores de la producción y los segundos corresponden al valor de la alternativa sacrificada, es decir el rendimiento que se podría haber obtenido sino se hubieran abandonado otras alternativas de ganancia.

Para el caso de la Economía de las Empresas priorizaremos nuestro análisis a los costos contables o explícitos, dejando el costo de oportunidad para el análisis de la evaluación financiera del proyecto, a través de la determinación de la Tasa Mínima de Rendimiento.

Dentro del lenguaje contable se mencionan también diferentes clases de costos, una de ellas es la de los costos de manufactura o costos inventariables, los mismos se identifican con los tres elementos del costo, esto es, la Materia Prima Directa, la Mano de Obra Directa y los Costos Indirectos de Fabricación. Los dos primeros se denominan Costos Directos forman parte principal del artículo terminado y son susceptibles de medirse y cuantificarse, los terceros se denominan Costos Indirectos y ayudan a la terminación de los artículos en proceso. La suma de los tres es igual al Costo de Producción, cuando no existen inventarios.

Los Costos de Manufactura se clasifican a su vez en: Costos Primos y Costos de Conversión.

Costos Primos, Constituyen la suma de los costos relacionados con la mano de obra directa y la materia prima directa, son los costos directamente identificables con el artículo terminado y en consecuencia son susceptibles de medirse y cuantificarse, generalmente y por esta razón lo denominan Costos Directos.

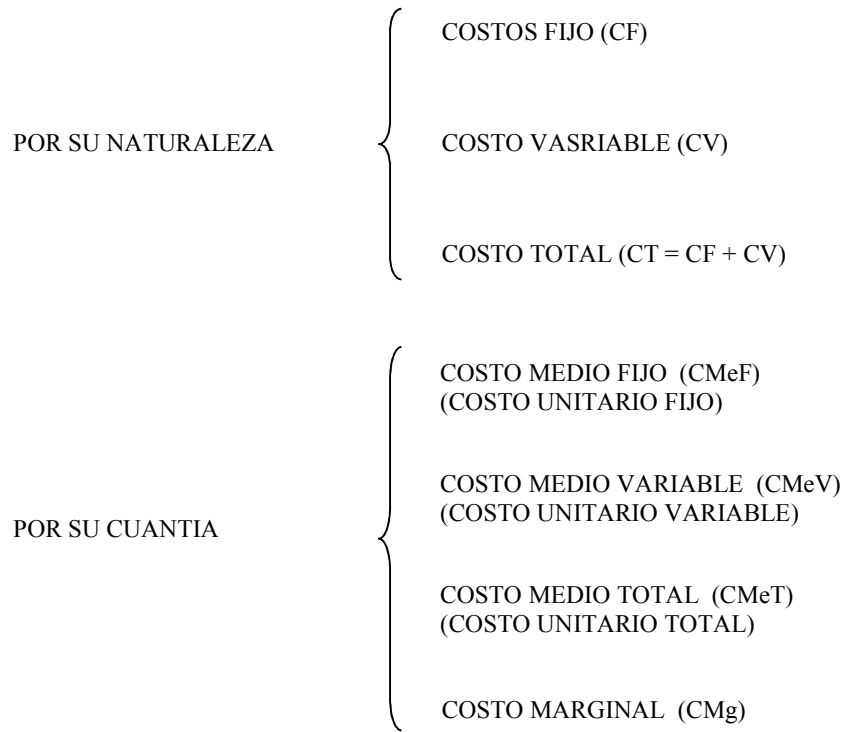
$$\text{Costo Primo} = \text{Mano de Obra Directa} + \text{Materia Prima Directa}$$

Costos de Conversión, son aquellos costos que se identifican con la transformación de la materia prima y están representados por la suma de la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Costo de Conversión = Mano de Obra Directa + Costos Indirectos de Fabricación

La clasificación más usual de los costos contables, se presentan en el siguiente cuadro.

CUADRO 4.
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS



2.1.5.1 COSTOS FIJOS, COSTOS VARIABLES Y COSTOS TOTALES

COSTOS FIJOS (CF).- Son los costos de los factores fijos de la empresa y por lo tanto a corto plazo, son independientes del volumen de producción y son aquellos que tienen que realizarse se produzca o no, se venda o no.

Ejemplo: sueldos administrativos, arriendos, luz, teléfono, (siempre que no pertenezca a la producción), depreciación de activos fijos, etc.

COSTOS VARIABLES (CV).- Depende de la cantidad empleada de los factores variables y por lo tanto del nivel de producción y del volumen de ventas en esta categoría se incluirán los tres elementos del costo de producción: Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa, y Costos Indirectos

de Fabricación y además aquellos costos relacionados con las Ventas como las Comisiones pagadas a vendedores.

COSTOS TOTALES (CT).- Son iguales a los costos fijos más los costos variables y representan el menor gasto necesario para producir cada nivel de OUTPUT.

Su fórmula es $CT = CF + CV$

2.1.5.2 COSTOS UNITARIOS O COSTOS MEDIOS

Son aquellos que resultan de dividir, cada uno de los costos analizados en el numeral anterior para el volumen de producción (Q). Así tenemos:

Costo Medio Fijo o Costo Unitario Fijo

Es el resultado de dividir el Costo Fijo (CF) para el volumen de producción (Q).

Su fórmula se representa así:

$$CMeF = \frac{CF}{Q}$$

Costo Medio Variable o Costo Unitario Variable

Este es el resultado de dividir el costo variable (CV) para el volumen de producción (Q).

Su fórmula se representa así:

$$CMeV = \frac{CV}{Q}$$

Costo de medio total o costo unitario total

Es el resultado de dividir el costo total (CT) para el volumen de producción (Q).

Su fórmula se representa así:

$$CMeT = \frac{CT}{Q}$$

2.1.5.3 COSTO MARGINAL (CMg)

Es el costo adicional o extra ligado a la producción de una unidad adicional del bien de que se trate, en otras palabras es el resultado de dividir el incremento registrado en el Costo Total (ΔCT) para el incremento registrado en el volumen de producción (ΔQ) su fórmula se representa de la siguiente manera:

$$CMg = \frac{\Delta CT}{\Delta Q}$$

2.1.6 LAS INVERSIONES PRE-OPERACIONALES DE LA EMPRESA

Las empresas dentro del proceso de combinación y utilización de los recursos productivos, deben realizar desembolsos que se identifican con las inversiones del proyecto, las mismas que en su mayor parte deben efectuarse antes de la puesta en marcha o del movimiento operacional de las empresas, sin embargo pueden existir inversiones que deban realizarse durante el período de operación ya sea para reemplazar activos desgastados o para incrementar la capacidad productiva.

Las inversiones pre-operacionales o efectuadas antes de la puesta en marcha, se pueden agrupar en tres categorías: activos fijos o tangibles, activos diferidos o intangibles y capital de trabajo.

2.1.6.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Son las que se realizan en bienes tangibles y son las que dan origen al proceso de utilización de los diferentes insumos (IMPUTS) y que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. En esta categoría se incluyen: terrenos, edificaciones, maquinaria, muebles, herramientas, vehículos, instalaciones de apoyo, etc.

Para efectos del registro contable, los activos fijos se deprecian a excepción de los terrenos que no solo que no se deprecian sino que muchas veces aumentan su valor por la plusvalía. Lo común es considerar como constante el valor del terreno.

2.1.6.2 INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Son las que se realizan sobre la base de los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos y necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Los activos intangibles, para efectos de contabilidad se amortizan. En esta categoría se incluyen; los gastos de organización, las patentes y las licencias, los gastos de puesta en marcha, los sistemas de información pre-operativos (software contable) y es también común incluir los gastos de factibilidad del proyecto.

2.1.6.3 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Constituye un fondo de recursos monetarios o activos corrientes necesarios para la operación normal del proyecto y en consecuencia de la empresa durante el ciclo productivo, denominándose como tal, el proceso que se inicia con el

primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se venden los insumos transformados en productos terminados.

Por ejemplo en el estudio de factibilidad de una inversión para proyectos agrícolas, además de la inversión en terrenos, edificaciones, instalaciones de riego, equipos agrícolas será necesario invertir en Capital de Trabajo un monto determinado que asegure el financiamiento de todos los gastos de operación que se efectúen durante el ciclo o fase productiva agrícola, que puede durar meses, en este y otros casos como por ejemplo la industria de lácteos (quesos) el capital de trabajo debe garantizar la disponibilidad de recursos suficientes para adquirir los insumos y cubrir los demás gastos de operación durante los días o meses que dura el proceso de producción, más el tiempo promedio de la comercialización y más el que demora la recuperación de los fondos de las ventas.

La teoría financiera normalmente denomina al capital de trabajo como activos corrientes de corto plazo, sin embargo, para el caso de la preparación y evaluación de proyectos, el capital de trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones de largo plazo, valores que se recuperarán al final del tiempo de vida considerado para el proyecto.

Existen varios métodos para calcular el monto de la inversión de capital de trabajo, para efecto del interés de las empresas y de su creación a través de la preparación y evaluación del proyecto, utilizaremos el método del "Período de Desfase". El mismo consiste en determinar el monto total de los costos que debe financiarse desde que se efectúa el primer desembolso por la adquisición de la materia prima hasta el momento en que se recauda el valor del ingreso por la venta del producto y que se destinará a financiar el período de desfase siguiente.

El cálculo, según este método se realiza a través de la siguiente fórmula:

$$ICT = \frac{Ca - (\text{depreciaciones} + \text{amortizaciones})}{365} \times Nd$$

ICT = inversión de capital de trabajo

Ca = el costo total anual

De este costo total (costos y gastos) se debe deducir la depreciación de activos fijos y la amortización de los activos diferidos o intangibles, pues son gastos contables y no en efectivo.

Nd = número de días de desfase

365 = el número de días del año exacto

2.1.7 COMBINACIÓN DE LOS FACTORES PRODUCTIVOS.

Adicionalmente al análisis realizado en la primera parte, las empresas y en general cualquier tipo de negocio desean elegir los métodos de producción que les resulte más eficientes, para lo cual deberán producir al menor costo.

A toda actividad de producción le sigue paralelamente un costo. Los negocios rentables están conscientes de esta estrecha relación cuando determinan sus estrategias de producción, puesto que cada dólar de costo innecesario reduce los beneficios o utilidades de la empresa en ese mismo dólar, pero además los gastos afectan la elección y utilización de los insumos o recursos productivos, las decisiones de inversión e incluso la decisión de permanecer o no en el negocio.

Normalmente, la producción se efectúa siempre mediante el empleo o la utilización de los factores productivos. En el ámbito de una técnica determinada quedan establecidos los factores que deben emplearse para producir el bien o servicio que se trate. La tecnología es, evidentemente, uno de los factores económicos modernos decisivos en el proceso de la producción.

Se supone que, dentro de una técnica empleada y adaptada a la realidad económica de la empresa y del país, una adecuada y eficiente combinación de los recursos productivos dará lugar al máximo producto y al menor costo posible. Teniendo en cuenta este particular, se establece la relación que existe entre las cantidades de los factores de producción utilizados (INPUTS) por un lado, y por otro lado la cantidad del bien o servicio producido (OUTPUTS).

La forma en que administramos los recursos productivos es decisiva para el crecimiento estratégico y la competitividad de las empresas.

La administración de las operaciones de la empresa está asociada a la administración de los recursos productivos. Implica el diseño y el control de los sistemas responsables de la utilización productiva de las materias primas, recursos humanos y equipos necesarios, así como las instalaciones y edificaciones en donde se desarrolla o genera un producto o servicio.

2.1.8 LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS

Ya señalamos en términos generales, el concepto de "productividad" se identifica con el cociente o relación entre el producto total y una media ponderada de los factores productivos utilizados en el proceso de producción de bienes y servicios.

Ampliando este concepto, la productividad total de los factores de la producción es aquella parte del crecimiento económico que no puede ser explicada por aumentos en la cantidad de factores o recursos productivos (capital, tierra y trabajo) utilizados en el proceso de producción, sino que es el producto de un incremento en la eficiencia con la que se utilizan o se combinan dichos factores.

En consecuencia, aumentos en la producción total de los factores se identifican con reducciones "reales" de costos, pues se permite reducir los costos por unidad producida o los costos medios sin necesidad de que existan caídas en los precios de contratación de los recursos productivos o insumos.

Paralelamente con este concepto de productividad, la "competitividad efectiva" es la capacidad para producir bienes y servicios de alta calidad de manera eficiente. Por lo tanto, la competitividad se sustenta en mejoras de la productividad y que se traducen en reducciones reales de costos y en mejoras de la calidad y variedad de los bienes y servicios producidos, en este sentido aumentos en la competitividad efectiva se traducen en mayores beneficios y utilidades para las empresas.

En un documento que sobre este tema elaboró el Banco Central del Ecuador, se realiza un diagnóstico de la situación de productividad a nivel sectorial de la economía ecuatoriana y un referente comparativo (Benchmarking) respecto a otros países, resaltando el análisis conjunto de la productividad, los costos laborales y el funcionamiento del mercado laboral.

El diagnóstico realizado demuestra que el Ecuador y en consecuencia sus empresas son poco competitivos frente al resto del mundo debido al bajo nivel de productividad de su aparato productivo, lo que es notoriamente cierto en el sector de la Manufactura y ciertos sectores de Servicios.

En los sectores de baja productividad mencionados, el Ecuador sería incapaz de colocar productos a precios competitivos en relación a otros países en el mercado internacional.

A nivel sectorial, el análisis comparativo de los niveles de productividad de 40 ramas de actividad de la economía ecuatoriana, revela la ventaja competitiva del país en términos de los niveles de eficiencia existentes actualmente, estaría en los sectores de silvicultura, extracción, producción y elaborados de artículos de madera, fundamentalmente.

Otras actividades de alta productividad relativa son la cría del camarón, producción, procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos, así como la elaboración y conservación de productos del mar y sus derivados (pescado).

Adicionalmente, se encuentran en esta categoría otros productos alimenticios como la elaboración del café y productos relacionados con la conservación de carne, sopas, vegetales y frutas. También el cultivo del banano, café y cacao, es otro segmento relativamente más productivo dentro de la economía ecuatoriana.

Los sectores de productividad relativa media, son otros sectores primarios como el cultivo de flores, cereales y la pesca. Incluye industrias alimenticias como la elaboración y conservación del camarón, chocolate, producción de confitería, productos lácteos, aceites y grasas.

Adicionalmente, es notoria la baja productibilidad de las actividades de servicios como la intermediación financiera y las de educación y salud y que se consideran actividades prioritarias para el desarrollo de la competitividad de un país.

Ante la situación planteada, es necesario definir e implementar políticas de competitividad basadas en la generación de incentivos para que las empresas eleven su nivel de productividad para lo cual se deben tomar en cuenta los siguientes factores que tienen una alta incidencia en la productividad y competitividad y que forman parte del diagnóstico que sobre este tema realizó y publicó el Banco central del Ecuador.

- DESARROLLO TECNOLÓGICO

La evidencia muestra que hay poca capacidad de innovación por parte del sector privado ecuatoriano, tanto por los limitados recursos invertidos en investigación y desarrollo, como el impacto limitado que los programas estatales de investigación y transferencia tecnológica tienen en el sector productivo.

- APERTURA COMERCIAL Y COMPETITIVIDAD

El análisis empírico demuestra que la apertura comercial a nivel andino tuvo un efecto positivo sobre la evolución de las exportaciones no tradicionales, y que la apertura comercial en general, ha tenido un efecto positivo o neutro (dependiendo de la rama de actividad económica) sobre la tasa de crecimiento de la productividad total de los factores. Esto es consistente con la hipótesis de que la apertura comercial a nivel subregional o mundial tiene efectos positivos sobre la eficiencia productiva de las empresas, por el mayor grado de competencia extranjera que enfrentan. Sin embargo, el Ecuador mantiene

niveles y tasas de crecimiento de la productividad más bajos que la mayoría de países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

- **LOS RECURSOS HUMANOS**

Existe un bajo nivel educativo de la población ecuatoriana pese a los esfuerzos del Estado, lo cual influye de modo negativo sobre la productividad del factor trabajo en las empresas.

La capacitación laboral de las empresas es un componente crucial en la elevación de la productividad. El aumento de las contrataciones laborales no estables y la poca capacidad de innovación tecnológica en el sector privado permiten concluir que las empresas no invierten recursos en la capacitación de sus trabajadores o invierten muy poco.

El Estado a través del SECAP, concentra la oferta de formación profesional no formal o capacitación laboral orientada principalmente a los sectores industrial, comercial y de servicios. Además realiza cursos de capacitación popular dirigidos a sectores urbano - marginales y artesanales en temas como contabilidad, mejorar la organización de sus negocios, etc. Una evaluación del SECAP realizada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) muestra que este tendría una serie de debilidades como una subutilización de su infraestructura, desfase tecnológico en algunas especialidades respecto a las necesidades del sector productivo y baja cobertura de la demanda.

Los órganos reguladores deben evaluar periódicamente la calidad de educación primaria, secundaria y universitaria en el país y hacer pública la calificación y el ranking de universidades y colegios.

Se deberá crear un sistema de formación profesional, liderado por un consejo o comité integrado por autoridades educativas, trabajadores y empresarios de los diferentes sectores de la actividad económica.

- **FOMENTO A LA COMPETENCIA**

La intensidad de la competencia en un mercado, constituye un incentivo fundamental para que las empresas realicen innovaciones en sus procesos de producción con el fin de reducir costos e incrementar la variedad y calidad de los productos ofrecidos.

La creación, con el auspicio del Consejo Nacional de Competitividad, de las Agencias de Desarrollo Empresarial, está destinada a apoyar a un emprendedor en su proceso de conformación de una empresa y a centralizar y simplificar todo tipo de trámites empresariales durante la gestión de la empresa.

- **SISTEMAS DE CALIDAD**

Para la competitividad; y en especial para la inserción exitosa del país y sus empresas a nivel internacional, es importante no solo la reducción real de los costos o el aumento de la productividad, sino simultáneamente la elaboración de productos de alta calidad y variedad.

El país está retrasado en materia de certificaciones de calidad ya que un grupo muy reducido de empresas ha obtenido este tipo de certificaciones. Una desventaja adicional para la competitividad del Ecuador es que la mayoría de certificados obtenidos se refieren a la gestión de la calidad en la empresa, pero no toman en cuenta aspectos ambientales y sociales.

- **EL CRÉDITO COMO FUENTE DE FINANCIAMIENTO**

El acceso al crédito es un aspecto fundamental de la competitividad ya que esta fuente de financiamiento sea para capital de trabajo, inversiones en activos fijos, ampliación de la capacidad instalada, mejoramiento de la calidad, inversión en investigación y desarrollo, etc., es esencial en el proceso productivo. En este sentido es necesario asegurar el acceso al crédito para todos los sectores productivos y para todas las empresas en especial para las microempresas y para las pequeñas y medianas empresas (PYME'S) a plazos y tasas de interés razonables de acuerdo a la realidad del país.

- **INSTITUCIONALIDAD**

El Gobierno Ecuatoriano, declaró a la competitividad una política de Estado y mediante Decreto Ejecutivo creó el Consejo Nacional de Competitividad (CNC), para apoyar la definición y ejecución de una agenda nacional de competitividad. El CNC se apoya en ocho grupos de alto rendimiento (GAR'S). Cada GAR analiza programas de acción competitiva o PAC'S con alto impacto potencial en la competitividad. Cada GAR tiene un líder del sector público y desde abril de 2012, se incorporó un líder del sector empresarial privado en cada grupo, más un facilitador a tiempo completo.

Otra institución importante para el desarrollo de la competitividad son las instancias de diálogo de los sectores involucrados en una cadena productiva. En el Ecuador existen este tipo de instancias de dialogo, llamados Consejos Consultivos para algunas cadenas productivas del sector agrícola.

- INFRAESTRUCTURA FÍSICA, SERVICIOS, TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

La dotación de infraestructura es esencial para el desarrollo de la competitividad, tanto en cantidad como en calidad, la misma afecta las decisiones de emprendimiento y localización de las actividades económicas por parte de las empresas. Esta infraestructura física y de servicios se refiere fundamentalmente a: infraestructura vial, generación de energía eléctrica, servicio telefónico, transporte terrestre, navegación marítima, infraestructura y transporte aéreo y en general servicios básicos.

- SEGURIDAD JURÍDICA

La seguridad jurídica es un tema fundamental para la atracción de la inversión productiva, sea nacional o extranjera. Por seguridad jurídica entendemos la posibilidad de acceder a un poder judicial en el país, que brinde ciertas garantías mínimas de eficiencia e imparcialidad en sus decisiones y también que las leyes existentes efectivamente se apliquen en la práctica.

- POLITICA DE APOYO A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANA EMPRESAS (PYME'S)

Este apoyo por parte del estado a las PYME'S, es imperativo para elevar la competitividad, pues están son las empresas con menor acceso al crédito y tecnología internacional por tener pocos nexos con empresas extranjeras y por su tamaño.

Este apoyo por parte del estado debe darse fundamentalmente en los temas de implementación de sistemas de calidad, obtención de certificaciones de calidad, investigación y desarrollo, capacitación, apoyo a la promoción de sus productos en el mercado externo y búsqueda de financiamiento para la reconversión productiva.

2.2 EL MERCADO DE BIENES Y SERVICIOS

Las empresas en base a la contratación, combinación y utilización de los recursos productivos; producen, ofrecen y venden "bienes y servicios" en el correspondiente mercado, a donde concurren las familias o los hogares, los cuales demandan, compran y consumen estos bienes y servicios.

2.2.1 LA OFERTA DE BIENES Y SERVICIOS

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

El comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores. Un alto precio significa a la empresa o al oferente un incentivo para producir y vender más de ese bien o servicio. A mayor incremento en el precio mayor será la cantidad ofrecida.

El conocimiento de la oferta y su comportamiento en relación con el bien o servicio que la empresa desea producir constituyen elementos de análisis imperativos en el proceso de evaluación de las inversiones.

Entre la información básica para hacer un mejor estudio de la oferta, se destaca la cantidad de productores, la localización de la empresa, la capacidad instalada y utilizada, la calidad y precios de los productos, los planes de expansión, el grado de participación del mercado, los servicios que ofrecen junto con el producto, los canales de distribución, etc.

La empresa ofrece productos y servicios (OUTPUTS), las familias, los hogares o el individuo satisfacen sus necesidades con productos. Se puede definir el término "producto" como todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad. Normalmente el producto se identifica con un objeto físico, tal como un automóvil, un televisor, ropa, etc. El término servicio se relaciona con prestaciones intangibles, tal como educación, salud, telefonía, Internet, etc.

2.2.1.1 LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

El control de las operaciones industriales o de los costos de fabricación o de producción solamente no es suficiente para conseguir que una negociación o una empresa opere de la mejor manera posible.

Las funciones de comercialización y ventas se identifican con los "costos de distribución" los mismos que incluyen a los gastos administrativos, a los gastos de venta, y al movimiento financiero, los cuales afectan también las utilidades y deben estar sujetas a control de la gerencia.

Los Costos de Distribución, están representados a través de la siguiente fórmula:

Gastos de distribución = Gastos administrativos + Gastos de Venta ± Movimiento financiero

Sobre esta base podemos identificar a manera de ejemplo, la distinción entre los elementos que conforman los Costos de Distribución

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Sueldos de funcionarios
Sueldos de oficina
Papelería de oficina
Gastos judiciales
Material de oficina
Servicio telefónico

GASTOS DE VENTAS

Sueldos de ventas
Comisiones de vendedores
Gastos de viaje de vendedores
Propaganda y promoción
Seguros de mercancías terminadas
Impuestos de mercancías terminadas

MOVIMIENTO FINANCIERO

Intereses ganados (+)
Intereses pagados (-)

2.2.2 LA DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS

Los consumidores logran una utilidad o satisfacción a través del consumo de bienes y servicios.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante de la actividad productiva de las empresas pueda participar de una manera efectiva en el mercado.

Además, el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales en un estudio de factibilidad, debido a la incidencia que la demanda tiene en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto.

De acuerdo con la teoría de la demanda del consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se determine en el mercado, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias o grado de necesidad de los consumidores.

La cantidad de demanda de un bien o servicio aumenta al bajar el precio del producto, al aumentar el precio de los bienes sustitutos o reducirse el de los

bienes complementarios, al aumentar el ingreso del consumidor y al aumentar las preferencias o grado de necesidad del consumidor por ese producto.

En todo proyecto de factibilidad para creación o puesta en marcha de un negocio es de vital importancia conocer la magnitud de la reacción de la cantidad de demanda ante una variación en el precio, esto es lo que se conoce como "elasticidad precio de la demanda" la misma que se mide a través del coeficiente de elasticidad, el cual se define como la relación que existe entre la variación porcentual registrada en la cantidad demandada y la variación porcentual registrada en el precio, esto es:

$$E = \frac{V\%Q}{V\%P}$$

2.2.3 LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA

El precio en general, es la cantidad dada a cambio de un bien o servicio; en otras palabras, el valor de un bien o servicio en términos monetarios.

En algunos casos particulares y en épocas determinadas los precios pueden venir señalados por la costumbre, por una autoridad arbitraria, por el regateo en transacciones separadas, por un monopolista privilegiado o por la competencia en el libre mercado.

Sin embargo, en términos de la contabilidad de costos, el precio de venta se suele calcular, tomando como base el costo de fabricación o de producción y el de venta (costo total) el mismo que es el resultado del costo de fabricación más el costo de distribución, sobre este resultado la empresa determina un porcentaje por concepto de utilidad, con este criterio, el cálculo del costo total y del precio de venta se realiza a través de las siguientes fórmulas:

$$\text{Costo Total} = \text{Costo de Fabricación} + \text{Costo de Distribución}$$

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Total} + \% \text{ Utilidad}$$

2.3 EL ESTUDIO DE MERCADO

Todo el estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre diferentes aspectos básicos, como son:

- ¿Cuáles son los objetivos?
- ¿Qué etapas se presentan?
- Análisis de la oferta y la demanda

- Métodos de proyección de la oferta y la demanda
- Determinación del precio del bien o servicio
- ¿Cómo presentar un estudio de mercado?

A esta y otras interrogantes, se propone dar una respuesta adecuada y ajustada a la realidad, enfocando su estudio a la empresa en general y en particular a la micro, pequeña y mediana empresa.

2.3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado permite tener una noción clara de la cantidad del bien o servicio que los consumidores habrán de adquirir y del número de clientes interesados en la producción que la empresa proyecta ofrecer y vender, dentro de un espacio definido durante un período de tiempo determinado y al precio que los consumidores o clientes están dispuestos a pagar. Adicionalmente, el estudio de mercado permite señalar si las características y especificaciones del bien o servicio que se ofrece, corresponden a la demanda o lo que desea comprar el cliente.

Igualmente nos dirá que tipo de clientes (perfil del cliente) son los interesados en nuestro producto, lo cual servirá además para orientar la producción del negocio, respondiendo a la primera pregunta planteada en la organización de la producción y relacionada con ¿qué producir y en qué cantidad?

Así mismo, el estudio de mercado proporcionará la información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio y poder competir en el mercado.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un proyecto de inversión, el mismo ayuda a determinar el tamaño del proyecto o negocio por instalar, con las previsiones para ampliaciones posteriores.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer e identificar los canales de distribución que en el mercado se presentan para colocar el bien o servicio desde el oferente o la empresa hasta el consumidor final.

2.3.2 ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Existen diversas formas de definir el proceso de un estudio de mercado, la más simple es aquella que se realiza en función del carácter cronológico de la información estadística disponible y que se analiza, de acuerdo con este criterio, se identifican tres etapas:

- Un análisis histórico del mercado (pasado)

- Un análisis de la situación actual o vigente (presente)
- Un análisis de la situación proyectada (futuro)

De estas tres etapas, la mayoría de los autores coinciden en que el análisis de la situación proyectada es el que mayor interés tiene para el preparador y evaluador del proyecto y que para el caso de la demanda, se denomina demanda potencial. Sin embargo, cualquier pronóstico debe partir del registro de la información del pasado o histórica para sobre esta base situarnos en el presente y proyectarnos hacia el futuro.

2.3.3 ANÁLISIS HISTÓRICO

El análisis histórico del mercado es el proceso que implica en primer lugar, reunir la información estadística pertinente, tanto de la demanda, como de la oferta que nos permita mediante un método estadístico, proyectar las cifras disponibles para el futuro. Se recomienda tomar un período de por lo menos cinco años atrás del año considerado como situación actual o presente.

En segundo lugar, es necesario evaluar el comportamiento de las variables analizadas en el pasado, las decisiones tomadas por los diferentes agentes económicos y los efectos positivos o negativos que de esas decisiones se derivan, con el objeto de establecer una relación de causa – efecto en los resultados de la gestión comercial para en base a la experiencia de los otros agentes productivos, evitar cometer los mismos errores e imitar las acciones que les produjeron beneficio.

2.3.4 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL O VIGENTE

Este análisis corresponde al año en que se está realizando el estudio de factibilidad y si bien es importante por ser la base de cualquier predicción, sin embargo su importancia relativa es baja, ya que su información será utilizada para ese año únicamente y nada más, pues la evolución del mercado es permanente.

2.3.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PROYECTADA

Como ya señalamos anteriormente, el estudio y análisis de la situación futura es la más importante en la evaluación del proyecto, fase que se obtiene sobre la base de la información histórica y vigente, la misma que es analizada y permite proyectar una situación suponiendo el mantenimiento de un orden de cosas que con la implementación y puesta en marcha del proyecto se debería modificar.

La proyección de la situación en el futuro constituye el mercado potencial, el mismo que no es efectivo en el presente pero que en el futuro será real, y permitirá contar con la información necesaria para medir las oportunidades de mercado. Y que para el caso de la demanda, es la que podría ser captada, a condición de que sean habilitados instrumentos de captación no aplicados anteriormente, o que se debiliten los ejercidos por oferentes sustitutos.

Para la proyección de la demanda y de la oferta se utilizan varios métodos estadísticos, los cuales dependen de la información existente y disponible, sin embargo y tomando en cuenta que existe la información histórica y vigente, para efectos de nuestro estudio, utilizaremos el método de la regresión lineal y que se utiliza cuando el comportamiento que asuma el mercado a futuro puede determinarse por lo sucedido en el pasado y siempre que esté disponible la información histórica en forma confiable y completa. Uno de los utilizados, es el de los modelos casuales, entre ellos el denominado "Mínimos cuadrados lineales", el cual consiste en terminar un modelo matemático lineal del tipo:

$$Y = mX + b$$

Donde X representa el tiempo expresado en años y Y los valores estimados de la demanda y de la oferta en cada uno de estos años.

Mediante los datos recopilados se determina los valores de m y b , valores que se obtienen resolviendo el sistema de ecuaciones lineales, a través de la aplicación de las siguientes fórmulas

$$m = \frac{N \sum XY - \sum X (\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (1)$$

$$b = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X (\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (2)$$

En donde " N " representa el número de años con información disponible y confiable. Al final de esta parte, elaboraremos un ejercicio de aplicación.

2.4 BALANCE DE OFERTA – DEMANDA

Luego de cuantificar tanto la demanda como la oferta, el siguiente paso es la comparación de sus pronósticos del futuro.

Todas las decisiones de inversión ya sea de reemplazo, expansión o adquisición de redes se basará en primera instancia, en que la demanda de bienes o servicio sea mayor que la oferta actual y pronosticada de los mismos.

La relación entre estas dos variables demanda y oferta, siempre que la demanda sea mayor que la oferta, se le suele llamar también Demanda Potencial Insatisfecha y su valor será la base para las determinaciones que se hagan a lo largo del estudio de factibilidad, como el tamaño de los equipos por adquirir, la inversión necesaria, etc., y en el caso específico del mercado será la base para la determinación de la Demanda Objetivo o Meta o lo que es lo mismo, la participación del proyecto dentro de la demanda insatisfecha.

2.4.1 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA OBJETIVO

Para determinar la demanda objetivo o meta, que es la participación del proyecto dentro de la demanda potencial insatisfecha y que ha sido prefijada para ser captada en un horizonte temporal definido, se realizará en función de la capacidad instalada de la empresa y de la actual y potencial competencia.

La cuantificación de la demanda objetivo o meta sirve además para estimar las ventas del bien o servicio o lo que es lo mismo los ingresos que se ha previsto obtener con el producto de las ventas.

2.5 MARKETING

El Marketing es una disciplina relativamente joven en comparación con otras áreas de gestión económica y empresarial, cuyo uso se ha generalizado y su utilización es muy frecuente.

El objetivo del marketing es conocer y entender al cliente tan bien, que el producto o servicio se ajuste perfectamente a sus necesidades y en consecuencia prácticamente se venda solo.

El auténtico marketing es tanto una filosofía como una técnica, es por una parte, una forma de pensar y entender la relación de intercambio de la empresa con su mercado, que debe extenderse a todo el personal y actividades de la empresa y generar valores y actitudes positivas hacia el cliente. Es, por otra parte, un conjunto de instrumentos y técnicas que permiten ejecutar aquellas acciones que nos conduzcan a la consecución de los objetivos comerciales que la dirección de la empresa se ha fijado.

En la orientación del marketing, su rasgo diferenciador más importante es la orientación hacia el consumidor y el énfasis en la satisfacción de sus necesidades. La clave para la consecución de los objetivos de la empresa consiste en determinar las necesidades y deseos de los "mercados objetivos" y distribuir las "satisfacciones" deseadas de un modo más efectivo y eficiente que los competidores. Se basa en el análisis y estudio, por parte de la Empresa, de las necesidades y deseos de los consumidores y son éstos los que guían las decisiones de producción.

Además, no basta contar únicamente con la existencia de necesidades o deseos para que exista un mercado, es preciso además, que las personas o consumidores tengan capacidad económica para adquirir los bienes y servicios que requieren.

Cuando se analiza el marketing o el mercado es necesario distinguir entre:

- "Mercado actual": formado por los compradores que, en un momento dado, demandan un bien o servicio determinado.
- "Mercado potencial": número máximo de compradores proyectado y al que se puede dirigir una determinada oferta comercial. Si estos compradores potenciales reciben los adecuados estímulos de marketing, pueden llegar a demandar el producto o servicio ofertado.

2.6 EL MARKETING MIX (4P)

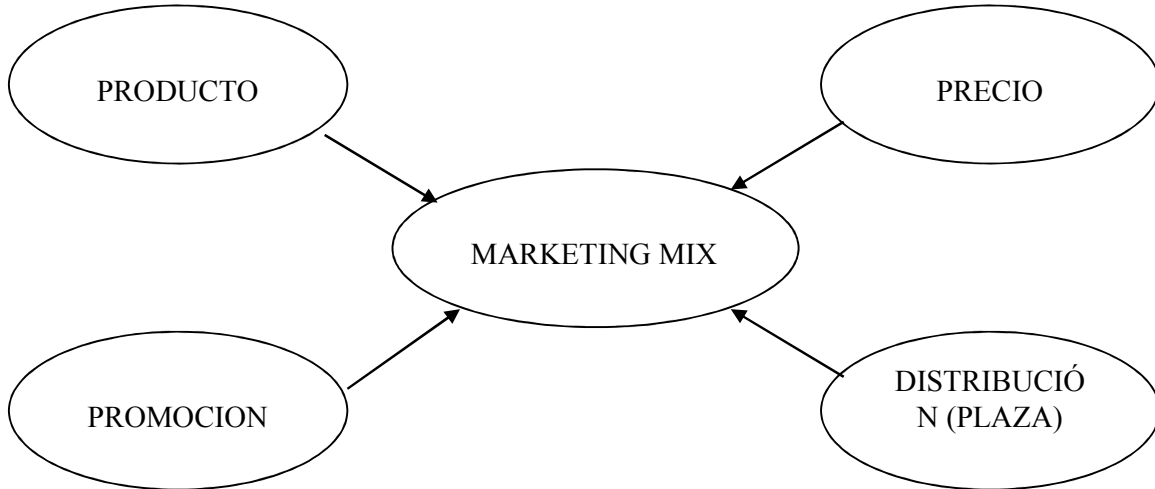
Para diseñar estrategias de marketing, la dirección comercial de la empresa dispone de unos instrumentos básicos que ha de combinar adecuadamente para conseguir los objetivos previstos. Estos instrumentos son las cuatro variables controlables del sistema comercial, las que siguiendo el esquema básico McCARTHY, se denominan 4P.

- Producto
- Precio
- Promoción
- Plaza (Distribución del producto)

El producto y la distribución (plaza) son considerados instrumentos estratégicos a largo plazo porque no se pueden alterar de modo inmediato y su utilización debe ser convenientemente planificada. En cambio, el precio y la promoción son instrumentos tácticos ya que, dentro de unos límites pueden modificarse con relativa facilidad y rapidez.

La combinación de estas 4P es lo que se denomina el "marketing mix" de la empresa y es lo que constituye su oferta comercial.

FIGURA 4



A continuación analizamos estas variables que componen el marketing mix y algunas de las decisiones más importantes que la dirección comercial debe tomar en relación a cada una de ellas.

2.6.1 EL PRODUCTO – SERVICIO

“El producto” es el conjunto de atributos que solucionan un problema ante una necesidad surgida. Cuando nos referimos al producto debemos tomar en cuenta que lo que se vende son cosas, bienes tangibles o materiales.

Dentro del análisis del producto es necesario distinguir entre amplitud y profundidad.

“Amplitud” tiene que ver por ejemplo con una investigación macro, diferentes líneas de producción: mermeladas, jugos, conservas, etc.

“profundidad” se relaciona por ejemplo con el mercado y evaluación de proyectos, es decir a nivel micro, así dentro de cada línea de producción diferenciar más; dentro de la línea de mermeladas diferenciar sabores: mora 500g, etc.

Además existen otros elementos que se deben tomar en cuenta, a saber:

- Marca

- Logo
- Empaque
- Envase

Del mismo modo en términos de marketing es necesario diferenciar entre lo que es el consumidor y el cliente.

“Consumidor” es el que usa el producto para su consumo final.

“Cliente” se identifica con el mercado de negocios que utiliza el producto para:

- Materia prima
- Operación
- Reventa

Así, dentro de este análisis el empaque se relaciona con el mercado de clientes (caja de cartón) y el envase con el mercado de consumidores (frasco de vidrio).

“El servicio” se identifica con el sector terciario de la economía y como tal con las empresas que se dedican a la prestación de servicios como: comercio, finanzas, turismo, educación, salud, transporte, etc.

En cuestión de servicios se venden expectativas inmateriales, así las características de un servicio son:

- Intangible (se vende expectativas)
- Inseparable
- El consumidor es parte de la operación

Todo servicio se vuelve tangible a través de un producto.

El concepto o enfoque de producto – servicio que adopte la empresa debe centrarse en los beneficios que reporta su uso o consumo. No olvidemos que el producto – servicio no constituye la finalidad, sino el medio para alcanzar el fin: la satisfacción de una determinada necesidad del consumidor.

Las decisiones sobre el producto – servicio incluyen, entre otras, el diseño y puesta en marcha de acciones y políticas relativas a:

- “La cartera de productos” se trata de determinar el conjunto de productos y servicios que la empresa piensa ofrecer al mercado. Implica tomar

decisiones relativas al números de productos – servicios, su grado de homogeneidad, complementariedad, etc.

- b) “La diferenciación del producto y su posicionamiento estratégico” consiste en determinar las características o propiedades que distinguen nuestra oferta comercial y determinan a que sea identificada como distinta de las demás, características que deberán ser resaltadas en la promoción del producto o servicio.

Existen muchas formas de diferenciar un producto: por sus atributos, diseño, calidad, imagen, servicios complementarios y a veces simplemente por la marca.

Si no diferenciados, nos veremos abocados a una competencia basada únicamente en el precio.

Por otra parte la empresa debe conocer cuál es la percepción que los consumidores tienen de su producto – servicio, esto le permitirá establecer, entre otras cosas, cuál es la “posición” actual de su producto con respecto a los de la competencia. El posicionamiento es el lugar que ocupa la marca de un producto en la mente del consumidor.

Una adecuada diferenciación y posicionamiento constituirá una ventaja competitiva para la empresa.

- c) “Marcas”, la marca permite identificar los productos y a la vez diferenciarlos de sus competidores y pueden ser importantes instrumentos para crear una imagen positiva del producto y de la empresa.
- d) “Ciclo de vida del producto”, se refiere al análisis de la evolución de un producto o servicio desde su lanzamiento hasta su retirada del mercado. La teoría del ciclo de vida del producto es de más difícil aplicación a los servicios, sobre todo porque los ciclos son mucho más largos que en el caso de la mayoría de productos tangibles.
- e) “Modificación y eliminación de productos actuales”. En función del ciclo de vida del producto y de los cambios que se presenten en el entorno (económico, sociocultural, tecnológico, etc.) y en los gustos y preferencias de los consumidores, deberán tomarse decisiones respecto a posibles modificaciones del producto – servicio o su retirada del mercado.
- f) “Planificación de nuevos productos”. La empresa debe actualizar sistemáticamente sus productos para adaptarse a los cambios del entorno, especialmente a la tecnología, para de esta manera mantener su ventaja competitiva y asegurar su permanencia en el mercado. Renovarse o morir, es una frase muy utilizada en el campo de la gestión empresarial.

2.6.2 EL PRECIO

Se define como la cantidad de dinero dada o pagada a cambio de un bien o servicio.

Cuando nos referimos al precio debemos tomar en cuenta que éste, no solo es el precio de venta al público, sino que además debemos considerar otros aspectos como:

- Descuentos (por volumen, temporada, etc.)
- Plazos (cuando las ventas se realizan a crédito)
- Intereses (ventas a crédito)

El precio debe entenderse no solamente como la cantidad de dinero que un consumidor paga por adquirir un producto o utilizar un servicio, sino también el tiempo, esfuerzo y molestias necesarias para obtenerlo.

El precio, tiene una influencia decisiva sobre los ingresos y beneficios de la empresa y también puede influenciar significativamente sobre la imagen del producto, muchos consumidores suelen asociar precio alto con calidad y viceversa, precio bajo con menores niveles de calidad.

Existen múltiples factores condicionantes en la fijación del precio a los productos y servicios: el tipo de mercado, el nivel de competencia, los objetivos de la empresa, la respuesta de la demanda, etc.

Con respecto al precio, la dirección comercial debe tomar una serie de decisiones relativas especialmente a:

- Costos, márgenes de beneficio y descuentos.
- Fijación del precio a un sólo producto.
- Fijación de precios a una línea de productos.

El precio es una variable táctica que como ya señalamos puede actuarse sobre dicha variable a corto plazo, modificándola en función de los objetivos de la empresa.

El precio es una variable de marketing que tiene una importancia fundamental, especialmente por las siguientes razones:

- Es un instrumento a corto plazo.

- Es un indicador de calidad.
- Actúa como regulador del volumen de demanda.
- Actúa como filtro selector del tipo de clientela.
- Es la única variable de marketing que incide directamente sobre los ingresos y los beneficios.
- Es un poderoso instrumento competitivo.

2.6.3 PROMOCIÓN

La promoción agrupa todo el conjunto de actividades que tratan de comunicar la existencia y beneficios de un determinado producto o servicio y persuadir al consumidor para que lo compre, la promoción se identifica con la fuerza de ventas que está representada por promotores y vendedores que se contactan con los compradores potenciales e intentan persuadirlos para que adquieran los bienes o servicio que venden. La promoción puede intentar también crear una buena imagen de la empresa y es una combinación de las siguientes actividades o mecanismos:

- **Publicidad**

Supone la transmisión de información sobre los productos y servicios que ofrecen la empresa a través de medios de comunicación de masas.

- **Relaciones públicas**

Persiguen conseguir una imagen favorable del producto, del servicio y de la empresa, a través de la generación de comunicados y noticias positivas en los medios de comunicación y el patrocinio de determinadas actividades culturales, deportivas, etc.

- **Venta personal**

Implica la utilización de vendedores propios de la empresa para la promoción y venta e incluye la toma de decisiones de dirección de ventas, tales como configuración de equipos de vendedores, tamaño de los mismos, diseño de zonas de ventas, planificación de visitas, etc.

Además el proceso de selección, formación, motivación, supervisión y remuneración de los vendedores.

- **Promoción de ventas**

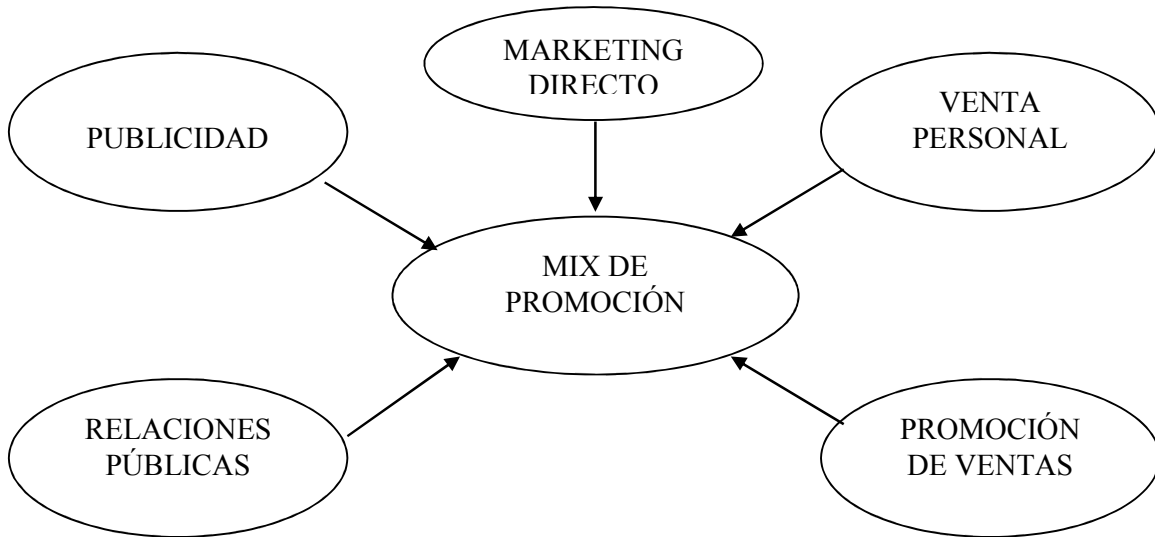
Se incluyen todas las actividades, no canalizadas a través de medios de comunicación de masas y que tratan de estimular las ventas a corto plazo.

- **Marketing directo**

Tiene que ver con la utilización de medios de comunicación directos con el consumidor o cliente, tales como: correo, teléfono, Internet, etc.

La forma concreta en que se combinen los distintos instrumentos promocionales, se denomina "mix de promoción" de la empresa.

FIGURA 5



2.6.4 LA PLAZA (DISTRIBUCIÓN)

Es un instrumento del marketing mix de carácter estratégico, en el sentido de que las decisiones de distribución son difícilmente reversibles en el corto plazo, necesitamos tiempo para alterar el sistema de distribución de los productos y servicios.

Los sistemas y procesos de distribución constituyen uno de los elementos de diferenciación del marketing de servicios respecto del marketing de productos tangibles.

La función básica de la distribución, es incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relativa de los bienes o servicios.

Las decisiones relacionadas con la variable distribución, se identifican con los siguientes mecanismos.

- **Canales de distribución.**

Se debe seleccionar el canal de distribución, la modalidad de distribución, la determinación del número, localización, dimensión y características de los puntos de venta.

Se suelen distinguir los siguientes tres canales de distribución: Mayorista, minoristas y detallistas.

En relación con los canales de distribución, es necesario distinguir los denominados "sistemas verticales de marketing" los mismos son:

1. Las cadenas patrocinadas de mayoristas. Ejemplo, cemento Chimborazo
2. Las cooperativas de detallistas. Ejemplo, farmacias Fybeca.
3. Las franquicias: privilegio otorgado a un comerciante para la distribución y venta de los productos de un fabricante o una empresa.

- **Merchandising**

Se entiende al conjunto de actividades llevadas a cabo para estimular la compra del producto o servicio en el propio punto de venta, incluye acciones relativas a la presentación del material promocional y su disposición en las estanterías, la ambientación del local, etc. Las acciones de Merchandising tienen importancia primordial para el éxito del detallista. Es la aplicación de las cinco RIGHT: 1) tener el producto adecuado, 2) en la cantidad adecuada, 3) al precio adecuado, 4) en el momento adecuado y 5) en el lugar adecuado.

Producto adecuado: (Buen producto) Corresponde con el surtido adecuado, donde es fundamental una buena selección de la calidad y el número de productos.

Cantidad adecuada: (Buena cantidad) Hace referencia a una buena gestión de stock.

Precio adecuado: (Buen precio) Indica que hay que buscar el precio idóneo teniendo en cuenta factores como: rentabilidad, coherencia, clientes, etc.

Momento adecuado: (Buen momento) Tener los productos de acuerdo al momento en que se ofrece (Productos estacionales).

Lugar adecuado: (Buen sitio) relacionado con la implantación de los productos en el punto de venta.

- **Marketing directo**

Tiene que ver con la relación directa entre oferente y consumidor y la consiguiente ausencia de intermediarios.

Los avances tecnológicos, particularmente los relacionados con la telemática, amplían las posibilidades de esta forma de distribución.

Son ejemplos de marketing directo: el comercio electrónico a través del Internet, las ventas a través de la televisión (TV – ventas), las máquinas expendedoras, etc.

2.7 LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

En la parte dos se analizaron tanto el rol de la empresa como agente productivo, así como la función producción como generadora de bienes y servicios, los cuales se venden en el mercado correspondiente a quienes necesitan y desean hacer uso de ellos.

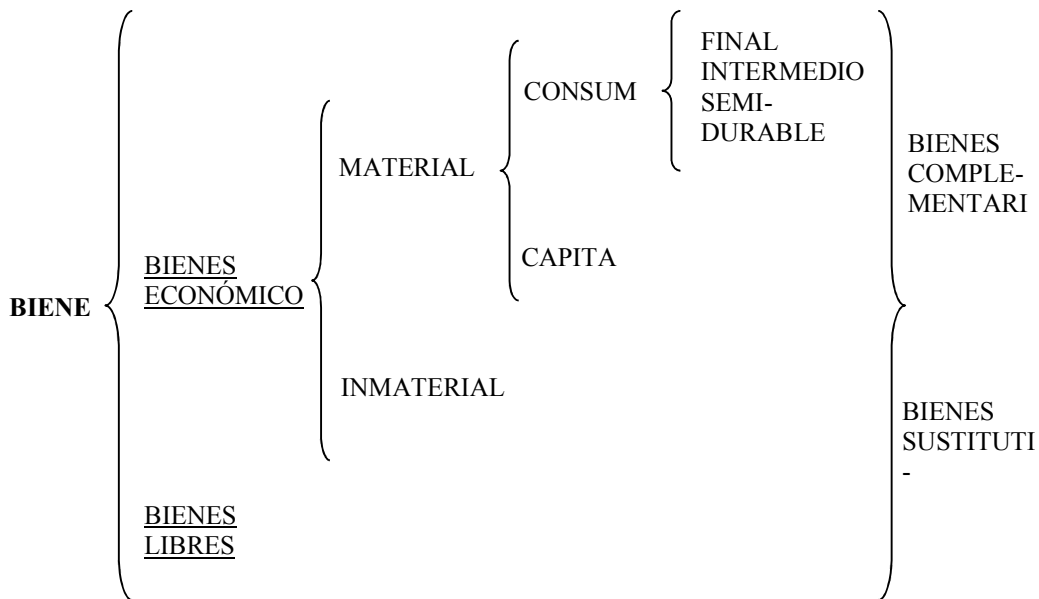
El volumen de ventas, depende de la oferta de bienes y servicios de la empresa y de la demanda objetivo de los mismos, identificada y cuantificada en el estudio de mercado, esta última conjuntamente con el precio de venta establecido determina los ingresos de la empresa.

2.7.1 LOS BIENES.

El producto de la función productiva ejercida por las empresas, se expresa a través de bienes y servicios. A continuación se identifica y clasifica esta producción, agrupada bajo el nombre de bienes.

Cuadro No. 5

CLASIFICACION DE LOS BIENES



BIENES.- Definiciones:

Bienes. Se considera a todas las cosas reconocidas como aptas para la satisfacción de las necesidades.

Bienes Económicos. Esta definición se identifica con el principio de escasez es decir, cuando los bienes existen en cantidades limitadas, son objeto de la actividad económica.

Bienes Materiales. Son aquellos que satisfacen las necesidades a través de algo material tangible.

Bienes de Consumo. Son aquellos que satisfacen las necesidades en forma directa e inmediata.

Bienes de consumo Final. Satisfacen las necesidades finales, es decir satisface la necesidad y desaparece el bien, por ejemplo los alimentos.

Bienes de Consumo Intermedio. Constituyen la materia prima en el proceso de producción y se denominan también insumos. Ejemplo la madera para hacer el mueble, la leche para la elaboración de quesos, etc.

Bienes de Consumo Semi-durable. Satisfacen las necesidades por un período corto de tiempo. Ejemplo: la ropa.

Bienes de Consumo Durable. Satisface las necesidades por un período más largo de tiempo, Ejemplo: los electrodomésticos.

Bienes de Capital. Son aquellos que generan renta u otros bienes, se les denomina también bienes de inversión y satisfacen necesidades futuras.

Bienes Inmateriales. Son prestaciones incorpóreas y relaciones del trabajo. Por ejemplo los prestigios, llaves de negocios, etc. Esta clase de bienes se identifican con los Servicios.

Bienes Libres. Son aquellos que por existir en gran cantidad, pueden satisfacer las necesidades en un modo exhaustivo, sin limitación. Ejemplo el aire.

Bienes Complementarios. Son aquellos que requieren unirse o fusionarse para satisfacer las necesidades que de ellos dependen. Ejemplo la gasolina y el auto, el gas y la cocina, etc.

Bienes Sustitutivos. Son aquellos que por poseer características o propiedades similares, son susceptibles de usos alternativos, es decir un bien puede sustituir a otro en la satisfacción de una misma necesidad. Ejemplo, la proteína vegetal (leguminosas de grano), sustituye a la proteína animal (carne).

Bien normal. Cualquier bien para el cual existe una relación directa entre los cambios en el ingreso y su curva de demanda. Para la mayoría de los bienes y servicios, un aumento en el ingreso, hacen que los consumidores compren más a cualquier precio posible. A medida que los compradores perciben ingresos más altos la curva de demanda de bienes normales como autos, vinos importados, etc., se desplaza a la derecha. Una disminución del ingreso tiene efecto opuesto y hace que la curva de demanda se desplace a la izquierda.

Bien inferior. Es cualquier bien con una relación inversa entre los cambios en el ingreso y su curva de demanda. Un aumento del ingreso puede resultar, que el consumidor compre menos bienes (medicinas genéricas, servicio de autobús, considerados como bienes inferiores). En lugar de comprar esos bienes inferiores los consumidores con ingresos más altos prefieren marcas reconocidas, o autos. En sentido inverso una reducción hace que la curva de demanda de los bienes inferiores se desplace a la derecha (aumento).

2.7.2 LOS INGRESOS DE LA EMPRESA SU ESTIMACIÓN Y PROYECCIÓN.

Una vez que el proyecto para la implementación y puesta en marcha de una empresa, llega a la etapa del estudio financiero, ya se tendrán definidos los tipos de bienes o servicios que ofrecerá en el mercado la futura empresa, así como los márgenes de utilidad por considerar en materia de precios o tarifas, al igual que los volúmenes previstos de la demanda por captar (demanda objetivo).

Compete al análisis financiero elaborar los pronósticos de ingresos o ventas en función de las variables anteriormente señaladas.

Como es de conocimiento, el ingreso bruto resulta de multiplicar las cantidades a vender por sus respectivos precios o tarifas unitarias. Dichos ingresos serán estimados o pronosticados por un lapso prudencial de tiempo, comprendido entre cinco años como mínimo y diez años como máximo, dependiendo de la naturaleza del proyecto este tiempo podría ampliarse (tal es el caso de proyectos agrícolas de ciclo largo o perennes o proyectos forestales).

2.7.3 LA DEMANDA OBJETIVO Y EL PRECIO DE VENTA

Estas dos variables, como ya manifestamos, son la base de la determinación y pronóstico de los ingresos, la demanda objetivo analizada en la parte cinco y el precio de venta en la parte cuatro de este libro. En consecuencia en esta parte, nos concretaremos a la aplicación de la teoría a través de ejercicios prácticos.

CAPÍTULO 3

VALORACIÓN DE PROYECTOS

Entre las decisiones más importantes que las empresas deben tomar en el proceso de producción y ventas con el objetivo de maximizar sus beneficios están las tres siguientes variables: la cantidad de producto que obtendrá, el precio al que puede colocarlo en el mercado y el costo que implica producirlo.

La consecución del objetivo fundamental de toda empresa es maximizar sus beneficios, el mismo que se alcanza cuando la diferencia entre los Ingresos Totales (IT) y los Costos Totales (CT) es máxima.

$$\text{Beneficio (B)} = \text{Ingresos Totales (IT)} - \text{Costos Totales (CT)}$$

$$B = IT - CT$$

El proceso del cálculo de los beneficios, se realiza en forma particular y de distinta manera, según el tipo de mercado en el que actúe la empresa, esto es, Competencia Perfecta, Monopolio, Oligopolio o Competencia Monopolista.

La diferencia positiva máxima entre los Ingresos Totales y Costos Totales se alcanza en el punto en que la pendiente de la curva de los Ingresos Totales es igual al de la pendiente de la curva de los Costos Totales.

En otras palabras la derivada del Ingreso Total (IT) con respecto a la cantidad (Q) es la que representa al Ingreso Marginal (IMg) y, por analogía la derivada del Costo Total (CT) con respecto a Q, representa al Costo Marginal (CMg).

Así mismo el Ingreso Marginal se define como el cambio o la variación registrada en el Ingreso Total inducida por un cambio o variación unitaria en el volumen de producción (Q).

$$IMg = \left(\begin{array}{l} \text{Variación del Ingreso Total} \\ \text{derivado de la venta de una} \\ \text{unidad más de producto} \end{array} \right) = \frac{\Delta IT}{\Delta Q}$$

Del mismo modo el Costo Marginal se define como el cambio o variación registrada en el Costo Total inducido por un cambio o variación unitaria registrada en el volumen de producción (Q).

$$CMg = \left(\begin{array}{l} \text{Variación del Costo Total} \\ \text{derivado del Costo adicional de} \\ \text{una unidad más de producto} \end{array} \right) = \frac{\Delta CT}{\Delta Q}$$

En consecuencia, la empresa maximizará su beneficio en aquel nivel de producción en el que se equilibra el Ingreso Marginal y el Costo Marginal.

El nivel de producción que maximiza el beneficio o nivel de producción óptimo, se presenta cuando el Ingreso Marginal es igual al Costo Marginal, esto es:

$$IMG = CMg$$

3.1 EN EL MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

Las condiciones que deben cumplirse en el mercado de Competencia Perfecta:

- Gran número de Compradores y Vendedores
- Producto homogéneo
- Libre movilización de factores
- Libre entrada y salida de las empresas
- Perfecto conocimiento del mercado
- El precio es siempre el mismo (Precio Fijo)

3.1.1 La Competencia Perfecta es una estructura de mercado en la cual existe un gran número de vendedores y compradores de un producto homogéneo además de existir libre movilización de factores productivos, libre entrada y salida de las empresas y un perfecto conocimiento del mercado por parte de los oferentes y demandantes.

Existe dos enfoques para su análisis:

Enfoque de Costos e Ingresos Totales.

Enfoque de Costos e Ingresos Unitarios y enfoque Marginal.

3.1.2 Ingreso Total (IT). Es el ingreso o renta que obtiene el empresario al producir o vender una determinada cantidad de producto. La fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$IT = P \times Q_v$$

3.1.3 Ingreso Marginal (IMg). Es la cantidad en que varían los Ingresos Totales cuando aumenta en una unidad las ventas del producto.

$$IMg = \frac{\Delta IT}{\Delta Q_v}$$

ΔIT = Variación del Ingreso Total

ΔQ o ΔQ_v = Variación de la cantidad producida y vendida

Como en Competencia Perfecta la empresa se enfrenta a una demanda perfectamente elástica, el precio es siempre el mismo, por tanto el Ingreso Marginal es igual al Precio.

$$IMg = \frac{\Delta(P \times Q_v)}{\Delta Q_v}$$

Simplificando Δ y Q_v = $IMg = P$

El Ingreso Promedio o Ingreso Medio (IMe) que recibe la empresa lo definimos como: el Ingreso por Unidad que resulta de la división del Ingreso Total (IT) para el Nivel de Producción (Q_v).

$$IMe = \frac{IT}{Q_v} = \frac{P \times Q_v}{Q_v}$$

Simplificando Q_v = $IMe = P$

En ingreso medio será igual al precio del producto ya que éste está dado por el mercado, es fijo por lo que podemos deducir lo siguiente: En Competencia Perfecta el Ingreso Marginal, el Ingreso Medio, son iguales al Precio.

$$IMg = IMe = P$$

3.2 EN EL MERCADO MONOPOLIO

El Monopolio, constituye un mercado totalmente opuesto al de Competencia Perfecta, esta estructura de mercado constituye un modelo económico que al

igual que el de Competencia, difícilmente encontramos en la realidad pero poseen una serie de instrumentos y conceptos que nos ayudan a comprender el comportamiento de las empresas y es de gran valor en el análisis económico.

El Monopolio, es una estructura de mercado donde únicamente existe una sola empresa vendedora de un producto único, constituyéndose por tanto en la única empresa que produce dentro de su industria. El consumidor debe comprar a esa empresa o se queda sin el producto. El bien producido no debe tener sustitutos cercanos y existen barreras de entrada para otras empresas.

Para que exista un Monopolio efectivo, es necesario que se cumpla con una o varias de las siguientes condiciones:

- Concesión especial o contratos exclusivos (gobierno).
- Un recurso clave es propiedad de una única empresa.
- Control de fuentes o materias primas y factores de la producción.
- Propiedad de procesos, marcas y patentes.
- Política de precios. El Monopolista tiene una influencia determinante para fijar el precio.

La forma de cálculo y los enfoques son idénticos al de Competencia Perfecta, la única diferencia es que en el Monopolio los precios varían de acuerdo al interés del Monopolista.

3.3 LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA

Los estados financieros se elaboran al finalizar un período contable, generalmente un año, con el objeto fundamental de proporcionar información a la gerencia empresarial, sobre las tres siguientes situaciones:

- Situación económica de la empresa, la misma se refleja en el Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias.
- Situación de Liquidez, la misma se refleja en el Estado de Flujo de Efectivo o de Caja.
- Situación financiera de la empresa, la misma se refleja en el Estado de Situación o Balance General.

3.3.1 ESTADO DE RESULTADOS

Se denomina también Estado de Pérdidas y Ganancias, Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones.

En este estado hablamos de un período, el mismo puede ser: mensual, trimestral, semestral o anual. Lo general es que este estado se elabore anualmente del 1 de Enero al 31 de Diciembre del año de que se trate. La diferencia entre el Estado de Situación y el Estado de Resultados es que, en este último hablamos de un período y es el que refleja la situación económica de la empresa.

A continuación, se presenta la estructura básica del Estado de Resultados:

FIGURA 6

EMPRESA XY ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL XXXX

VENTAS NETAS
- COSTO DE VENTAS
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS
- GASTOS OPERACIONALES
GASTOS DE ADMINISTRACION
SUEDOS Y SALARIOS
DEPRECIACION DE ACTIVOS
FIJOS
AMORTIZACION DE ACTIVOS
DIFERIDOS
IMPUESTOS
SEGUROS
ARRIENDOS
SERVICIOS BASICOS
-GASTOS DE VENTAS
SUELDOS Y SALARIOS
VENDEDORES
COMISIONES VENDEDORES
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
TRANSPORTE EN VENTAS
=UTILIDAD OPERACIONAL
± MOVIMIENTO FINANCIERO
+ INTERESES GANADOS
- INTERESES PAGADOS
= UTILIDAD ANTES DE
PARTICIPACIÓN DE LOS
TRABAJDORES
-15% PARTICIPACIÓN
TRABAJADORES
= UTILIDAD ANTES DEL
IMPUESTO
-25% IMPUESTO A LA
RENTA EMPRESARIAL
**= UTILIDAD NETA DEL
EJERCICIO**

El Estado de Resultados, partiendo de la situación actual (primer año de vida útil del proyecto) debe ser proyectado para el período de vida útil considerado (años), para lo cual deberá tomarse en cuenta los criterios adoptados en el estudio de mercado para la proyección de la demanda objetivo, el cálculo de la depreciación de Activos Fijos y de la amortización de los Activos Diferidos, la Tasa de Inflación, etc.

3.3.2 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO O DE CAJA

Este resultado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o período contable con el objeto de evaluar la liquidez o solvencia de la empresa y sirve de base para realizar la Evaluación de las Inversiones o Evaluación Financiera, esto es el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación de la Inversión (PRI), la relación Beneficio – Costo (B/C), etc.

Este Estado Financiero nos demuestra cuánto dinero ingresó a la empresa y cuánto dinero salió de la misma. En este caso nótese que no estamos hablando del “**Cash Flow**” que es el presupuesto de lo que ingresará y se gastará en el futuro en la empresa, mientras que el Estado de Flujo de Efectivo de Caja, es lo que sucedió en el pasado.

La proyección del Flujo de Efectivo de Caja, para efectos de la preparación y evaluación de proyectos, constituye un Presupuesto (**Cash Flow**), la misma constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se realizará sobre los resultados que en esa proyección se determinen.

En este estado se analizarán las principales variables que participan en la composición o estructura del Flujo de Efectivo del proyecto.

La confiabilidad que otorguen las cifras contenidas en este flujo será determinante para la validez de los resultados, ya que todos los criterios e indicadores de evaluación se aplican en función de este Estado.

Las diferentes partes y subpartes que integran la estructura del Estado del Flujo de Efectivo se analizan a continuación:

FLUJO DE EFECTIVO ECONÓMICO Y FINANCIERO

La técnica del flujo de fondos o efectivo, es la más adecuada para los fines que se persiguen en la evaluación de un proyecto. Consiste en preparar los flujos líquidos generados, cuyos datos ya están estimados en el cuerpo del proyecto, se observa el punto de vista económico y financiero.

En términos generales todo Flujo de Fondos, sea económico o financiero, está compuesto a su vez por dos corrientes de flujos:

- Flujo de Beneficios
- Flujo de Costos

El significado de Beneficio y costo en la evaluación de un proyecto, no coincide exactamente con el que se da desde el punto de vista contable (determinación del Estado de Pérdidas y Ganancias).

Flujo de Beneficios.

Está constituido por la corriente de fondos que genera el proyecto durante su vida útil y que representa la compensación de la inversión efectuada. Por lo tanto, beneficio es equivalente al ingreso de fondos del proyecto.

Flujo de Costos.

Viene a ser sinónimo de inversión en el proyecto o egreso de fondos, representando los desembolsos que el proyecto necesita para que se lleve a cabo. Este flujo de costos se da al inicio del proyecto (o sea en el momento cero, lo que se conoce como inversión inicial o pre operacional), así como durante el horizonte o duración o tiempo de vida útil del proyecto.

El objeto del flujo de fondos en efectivo, es determinar para toda la vida útil del proyecto, el flujo neto de fondos para cada período (año), o sea la diferencia del Flujo de Beneficios menos el Flujo de Costos. Este resultado neto puede ser negativo (caso del año cero y algunos de los primeros años de operación), o positivo (caso de los años intermedios y finales de la fase de operación).

En la Figura No. 7, se expone la estructura para la forma como debe procederse para el cálculo del flujo de fondos económico y financiero.

Flujo de Fondos Económico.

Obedece al criterio de evaluación económica del proyecto, relacionando la bondad del mismo con la inversión total requerida, independientemente de cómo sea financiada.

Se consideran como beneficios todos los ingresos de operación del período (ventas), el valor residual de activos fijos y el capital de trabajo, estos dos últimos se registrarán al final del horizonte proyectado (último año).

Se considera como costos a la inversión total requerida o inversión pre operacional, disgregada en inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos e inversión en capital de trabajo, cuyos valores serán registrados en el año cero. Durante la fase de operación del proyecto se consideran también como flujos de costos: el costo directo, el costo de fabricación, los gastos administrativos y generales, los gastos de ventas y los gastos financieros de cada período sin incluir dentro de los mismos a la depreciación y amortización de activos fijos y diferidos respectivamente, los cuales constituyen gastos contables que no implican un desembolso de dinero o de efectivo.

Flujo de Fondos Financiero.

Obedece al criterio de evaluación financiera del proyecto, midiendo la bondad del proyecto frente a la inversión propia de los socios o accionistas de la empresa y por lo tanto muestra el **efecto de palanca o apalancamiento** de la estructura financiera adoptada (proporción deuda – fondos propios), el efecto de las participaciones de los trabajadores (laboral y de investigación tecnológica) y el efecto del impuesto a las utilidades o a la renta empresarial. En este sentido los flujos de beneficios son los mismos que los considerados en el flujo económico, agregando un rubro adicional por los préstamos que reciba el proyecto como financiamiento de la inversión realizada.

El flujo de costos, aparte de lo indicado en el flujo económico debe considerar, además, el servicio de la deuda (amortización de la deuda), la participación laboral o de los trabajadores y el impuesto a la renta empresarial. La estructura básica del estado de flujo de fondos de efectivo o de caja, se presenta en la siguiente figura.

FIGURA 7

FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO O DE CAJA (PROYECTADO) CONCEPTOS / AÑOS

A. FLUJO DE BENEFICIOS

1. VENTAS NETAS
2. VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS FIJOS
3. RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

A. FLUJO DE COSTOS

1. INVERSION EN ACTIVOS FIJOS
2. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS
3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO
4. GASTOS OPERACIONALES

- 4.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS
- 4.2 GASTOS DE VENTA
- 4.3 GASTOS FINANCIEROS

FLUJO DE FONDOS ECONÓMICO (A-B)

MAS:

- 1. PRESTAMOS
- MENOS
- 1. AMOTIZACION DE LA DEUDA
- 2. 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES
- 3. 25% IMPUESTO A LA RENTA EMPRESARIAL

FLUJO DE FONDOS FINANCIERO

El Estado del Flujo de Fondos o Efectivo, al igual que el Estado de Resultados debe proyectarse para los años considerados como vida útil del proyecto. Como señalamos anteriormente, este estado constituye la base para el cálculo de la elaboración de los indicadores o coeficientes globales de la evaluación financiera o de las inversiones del proyecto.

3.3.3 ESTADO DE SITUACIÓN O BALANCE GENERAL

El Estado de Situación Financiera denominado también Balance General se elabora al finalizar el período contable, generalmente al 31 de Diciembre del año de que se trate y al igual que los anteriores estados financieros, debe proyectarse para los años considerados como período de vida útil del proyecto. La estructura básica del Estado de Situación Financiera, en forma de reporte vertical se presenta en la siguiente figura:

FIGURA 8

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

CAJA

BANCOS

CUENTAS Y DOCUMENTOS POR

COBRAR MENORES DE UN AÑO

INVENTARIO DE MERCADERIAS

SUMINISTROS Y MATERIALES

REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS

OTROS

ACTIVO FIJO

TERRENOS

EDIFICIOS O INSTALACIONES

- DEPRECIACION ACUMULADA

MAQUINARIAS MUEBLES Y EQUIPOS
- DEPRECIACION ACUMULADA
VEHICULOS
- DEPRECIACION ACUMULADA
OTROS
ACTIVOS NO CORRIENTES
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR
MENORES DE UN AÑO
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN
- AMORTIZACIÓN ACUMULADA
GASTOS DE INVESTIGACIÓN Y FACTIBILIDAD
- AMORTIZACIÓN ACUMULADA
OTROS

PASIVO

PASIVO CORRIENTE
CUENTAS POR PAGAR MENORES DE
1 AÑO
DOCUMENTOS POR PAGAR MENORES
DE UN AÑO
IESS POR PAGAR
IMPUESTOS POR PAGAR
OTROS
PASIVO LARGO PLAZO
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR
MENORES DE UN AÑO
HIPOTECAS POR PAGAR
OTROS

PATRIMONIO

CAPITAL SUSCRITO
UTILIDAD O PÉRDIDA ACUMULADAS
DE EJERCICIOS ANTERIORES
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO

3.4 LA EVALUACIÓN

La evaluación constituye la comparación de carácter económico que se realiza con el objeto de relacionar las ventajas y desventajas que se presentan al utilizar ciertos factores productivos en la elaboración e implementación de un proyecto de inversión.

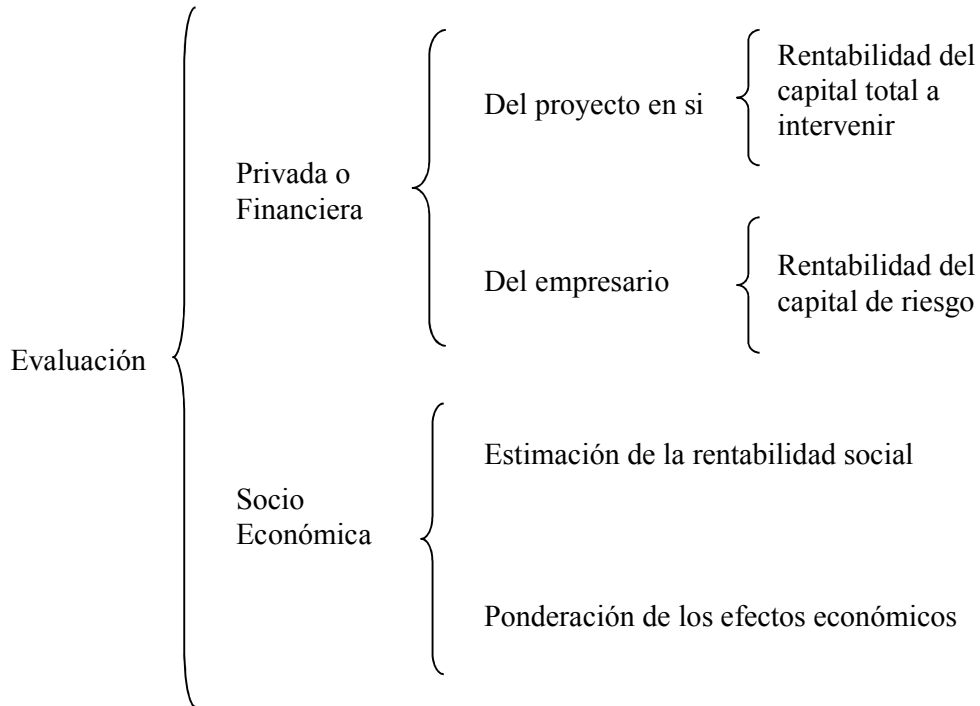
Las derivaciones técnicas, económicas, sociales e incluso políticas que puede presentarse a propósito de los procedimientos para evaluar las dimensiones, son tan amplias que han dado lugar a numerosos estudios.

En este trabajo sólo pretendemos introducir al lector en los principios técnicos de la evaluación financiera con mayor énfasis en la evaluación socioeconómica, bajo la consideración de que la primera, conocida también con el nombre de evaluación privada, establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital. En cambio la evaluación socioeconómica,

busca considerar la conveniencia de utilizar todos los factores productivos y en especial el capital y el trabajo, a ser incluidos en el proyecto con la consecuente problemática que su participación significa.

Con este criterio se establecen los siguientes tipos de evaluación:

CUADRO 6



El objetivo de la evaluación, es calcular, estimar o ponderar los beneficios netos privados y/o sociales que se esperan obtener como resultado de una inversión determinada.

3.4.1 EVALUACIÓN DE LAS INVERSIONES

Todos los indicadores o coeficientes de evaluación, utilizan como base el flujo neto de fondos o de caja, sea económico o financiero, fundamentalmente será el resultado neto entre la corriente de beneficios menos la corriente de costos, como la forma de evaluar o comparar los costos con los beneficios.

Los coeficientes (indicadores) más conocidos y empleados en la evaluación tanto económica como financiera de un proyecto son:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)

- Coeficiente Beneficio – Costo (B/C)
- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Todos estos coeficientes, tienen en cuenta el “valor tiempo del dinero” y por lo tanto consideran la actualización del flujo neto de costos y beneficios o de todo el horizonte del proyecto.

3.4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Denominado también “valor presente neto” permite determinar el “beneficio total neto actualizado” de un proyecto encontrando la diferencia entre la corriente de beneficios actualizada y la corriente de costos también actualizada, a una tasa de descuento “ i ” determinada. Este método se basa en el descuento del flujo de fondos de todo el horizonte del proyecto objeto de evaluación.

El procedimiento de cálculo del VAN consta de los pasos siguientes:

- Determinar la tasa de descuento “ i ”.
- Determinar el valor actual del flujo neto de fondos (a la tasa de descuento “ i ”).
- Determinar el VAN.

a. Tasa de descuento “ i ”.- Llamada también “tasa de actualización” tasa mínima de rendimiento (TMAR), o “tasa de corte”, es igual al costo de capital, expresado como tasa promedio ponderada del costo de capital de cada una de las fuentes de financiamiento de la inversión total requerida, ya sea deuda o fondos propios.

En el caso de los fondos propios su costo de capital interprétese como “costo de oportunidad”, el que a su vez es la tasa de rendimiento marginal máximo, que dichos fondos podrían generar, en caso de ser utilizados en oportunidades de inversión alternativas diferentes a la que se está analizando.

Ejemplo:

Un proyecto que requiere una inversión total de 300 mil dólares, acude a las siguientes fuentes de financiamiento:

CUADRO No. 7

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	VALOR (a)	ESTRUCTURA % (b)	TASA % (c)	COSTO <i>i</i> PONDERADO (d = bxc)
Accionistas	150.000,00	0,5 (50)	0,20 (20)	1,1 (10)
Proveedores de maquinaria	50.000,00	0,167 (16,7)	0,19 (19)	0,03 (3)
Intermediario financiero	100.000,00	0,333 (33,3)	0,15 (15)	0,05 (5)
TOTAL	300.000,00	1,00 (100)		0,18 (18)

En consecuencia, el costo "*i*" de capital de esta empresa será el 18%; tasa que deberá ser utilizada para el calculo del VAN.

b) Valor Actual del Flujo Neto de Fondos.- Una vez definida la tasa de descuento "*i*" el siguiente paso es hallar el valor actual de cada uno de los flujos netos, tanto de beneficios (valores positivos), como de costos (valores negativos encerrados en un paréntesis).

Para la actualización de los flujos netos se utiliza el "FACTOR SIMPLE DE ACTUALIZACIÓN" (FAS). Dicho factor representa el valor actual de la unidad monetaria, que se encuentra en un futuro determinado "*n*" (año), descontado a una tasa de "*i*" por año también determinada.

La fórmula matemática del FAS es como sigue:

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

Donde "*i*" debe expresarse en tanto por uno (ejemplo, si "*i*" = 18%, en tanto por 1 será 0.18).

El valor actual de cada uno de los flujos de fondos, se encuentran multiplicando el valor del mismo por el FAS que le corresponda según el año "*n*" en que se encuentre y según la tasa de descuento "*i*" considerada.

Ejemplo.- Si un proyecto requiere de una inversión inicial de 450 mil dólares, y se espera un flujo neto anual durante los cinco años de su vida útil:

CUARO 8

Años	Flujo Neto
0	-450000,00
1	200000,00
2	300000,00
3	400000,00
4	400000,00
5	400000,00

Si se considera una tasa de descuento del 20%, por ejemplo, el valor actual de cada uno de los flujos de fondos será:

CUADRO 9

AÑOS	FLUJO NETO	$FAS = \frac{1}{(1 + 0.2)^n}$	FLUJO ACTUALIZADO
0	-450.000,00		-450.000,00
1	200.000,00	0,8333	166.660,00
2	300.000,00	0,6944	208.320,00
3	400.000,00	0,5787	231.480,00
4	400.000,00	0,4823	192.920,00
5	400.000,00	0,4019	160.760,00
VAN			510.140,00
	a	b	c=a x b

- a) Determinación del VAN.-** El valor actual neto viene a ser la suma algebraica de cada uno de los flujos netos actualizados. En el ejemplo es igual a 510.140.

Si el VAN resultante sale negativo la propuesta de inversión debe rechazarse por cuanto los ingresos futuros no cubrirán el costo de capital de los fondos empleados. Si el VAN sale cero o cercano a cero, desde el punto de vista de rentabilidad es indiferente llevar a ejecución el proyecto. En cambio si el VAN sale positivo conviene ejecutar el proyecto, y será más atractivo mientras mayor sea su VAN.

Finalmente, dado que hay dos tipos de flujo de fondos, el económico y el financiero, al aplicar el primero se obtendrá el Valor Actual Neto Económico (VANE), y en el caso de usar del flujo de fondos financiero se obtendrá el Valor Actual Neto Financiero (VANF).

También el cálculo del VAN, definido como la cantidad absoluta que resulta de deducir a la suma de los ingresos netos actualizados, el total de las inversiones actualizadas se puede realizar en forma horizontal, de la siguiente manera:

$$VAN = \Sigma \text{ flujos de efectivos actualizados} - \Sigma \text{ Inversiones actualizadas}$$

El VAN consiste en traer los flujos de efectivo del futuro (años 1 a 5 por ejemplo) al presente, usando como tasa de descuento la denominada Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR) que para el caso de nuestro ejemplo, suponemos es el 20%, por cuanto están a su valor en el año cero, se les resta la inversión que les dio origen.

El cálculo del Van para el período de 5 años, se realiza así:

$$VAN = -P + FNE_1 \times \frac{1}{(1+i)^1} + FNE_2 \times \frac{1}{(1+i)^2} + FNE_3 \times \frac{1}{(1+i)^3} \dots\dots\dots FNE_n \times \frac{1}{(1+i)^n}$$

Donde:

- P = Inversión inicial
- FNE = Flujo neto de efectivo
- i = Tasa de descuento o TMAR = 20%
- n = Tiempo en años = 5

Para efectos de aplicación de la fórmula, se toman los datos correspondientes al flujo de fondos económico (VAN económico) o al flujo de fondos financiero (VAN financiero).

$$\begin{aligned} VAN &= -450.000 + 200.000 \times \frac{1}{(1+0.2)} + 300.000 \times \frac{1}{(1+0.2)^2} + 400.000 \times \frac{1}{(1+0.2)^3} + \\ &\quad 400.000 \times \frac{1}{(1+0.2)^4} + 400.00 \times \frac{1}{(1+0.2)^5} \\ VAN &= 450.000 + (200.000 \times 0.8333) + (300.000 \times 0.6944) + (400.000 \times 0.5787) + \\ &\quad (400.000 \times 0.4823) + (400.000 \times 0.4019) \\ VAN &= -450.000 + 166.660 + 208.320 + 231.840 + 192.920 + 160.760 \\ VAN &= -450.000 + 960.140 \\ VAN &= -450.000 + 960.140 \\ VAN &= 510.140 \end{aligned}$$

Este procedimiento de cálculo se simplifica a través del uso del computador.

El valor obtenido del VAN significa que los beneficios han compensado a la inversión que les dio origen y que se ha ganado una cantidad adicional en términos del valor del dinero del año cero, en consecuencia, se concluye que la inversión debe aceptarse.

PASOS PARA CALCULAR EL VALOR ACTUAL NETO VAN

1. Entrar en el programa EXCEL
2. Ubicarse en la celda en la que se desea para que salga la respuesta
3. Presionar la tecla (+)
4. Escribir las siglas VNA
5. Abrir paréntesis
6. Colocar la tasa de descuento y luego (;)
7. Colocar los flujos de fondos del año uno en adelante
8. Cerrar paréntesis
9. Colocar el flujo de fondos del año cero con signo menos
10. Presionar la tecla ENTER

NOTA:

Si el flujo de fondos se encuentra en la hoja de cálculo, una vez abierto el paréntesis sombrear las celdas del flujo de fondos empezando con el año 1, cerrar el paréntesis y colocar el flujo de fondos del año cero con signo menos.

3.4.3 LA TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno de un proyecto de inversión, es aquella tasa de descuento que logra igualar el valor actual de la corriente de beneficios netos, con el valor actual de la corriente neta de costos, dicho de otra forma, es aquella tasa de descuento que logra que el VAN del proyecto sea cero.

La TIR es un coeficiente integral de evaluación que permite medir directamente la rentabilidad media de un proyecto.

Para el cálculo de la TIR se emplea el método numérico a través de aproximaciones sucesivas e interpolación; naturalmente que este proceso se supera con una calculadora financiera o una computadora.

Ejemplo con interpolación:

Hemos señalado que la TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, por ello requerimos conocer dos tasas, una que de un VAN positivo y otra que de un VAN negativo, cercano a cero. El VAN positivo ya está calculado y suponemos que tomamos una tasa de descuento o mínima de rendimiento igual al 20% y el valor del VAN a esa tasa es igual a 18.919. Luego pasamos a determinar la tasa para el VAN negativo, para lo cual se requiere conocer un porcentaje que haga el VAN negativo, mas cercano a cero. Realizando ejercicios con diferentes tasas, suponemos que el porcentaje que hace el VAN negativo más cercano a cero es 58%, el valor del VAN es igual a -210.

Para el cálculo de la TIR utilizaremos la siguiente fórmula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

Donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

i_1 = Tasa de descuento 20%

i_2 = Tasa de descuento que hace en VAN negativo = 58%.

$VAN_1 = VAN$ positivo = 18.919

$VAN_2 = VAN$ negativo = -210

reemplazando tenemos :

$$TIR = 0.20 + [0.58 - 0.20] \times \frac{18.819}{18.819 - (-210)}$$

$$TIR = 0.20 + 0.38 \times \frac{18.819}{18.819 + 210}$$

$$TIR = 0.58 \times \frac{18.819}{19.029}$$

$$TIR = 0.58 \times 0.9889$$

$$TIR = 0.57$$

$$TIR = 57\%$$

Del mismo modo, con el caso del VAN, este procedimiento de cálculo, se simplifica a través del uso de computador.

PASOS PARA CALCULAR LA TASA INTERNA DE RETORNO – TIR

1. Entrar en el programa EXCEL
2. Ubicarse en la celda que se desea que salga la respuesta
3. Presionar la tecla del signo (+)
4. Escribir las siglas TIR
5. Abrir paréntesis
6. Colocar los flujos de fondo desde el año cero
7. Cerrar paréntesis
8. Presionar la tecla ENTER

NOTA: Si el Flujo de Fondos se encuentra en la hoja de cálculo, una vez abierto el paréntesis sombrear las celdas del flujo de fondos empezando con el año cero (0), y presionar la tecla ENTER.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la Tasa de Descuento. Si la TIR es mayor que la Tasa de Descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido.

Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es menor que la Tasa de Descuento o Tasa Mínima de Rendimiento, el proyecto se debe rechazar pues se estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

3.4.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Dentro de la evaluación económica privada, un indicador adicional es el denominado "Período de Recuperación", el cual es perfectamente compatible con el cálculo del VAN y la TIR y puede servir como auxiliar y complemento de estos indicadores financieros para la decisión final que se adopte por parte del inversionista. El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial en base a los flujos netos de caja que genera en cada período de su vida útil, en todo caso, el

período de recuperación del capital invertido, debe ser inferior a la vida útil considerada para el proyecto para que pueda ser factible de ejecución.

$$PRI = n \text{ hasta que } \Sigma (FNE) = \text{inversión}$$

Ejemplo:

Una empresa registra los siguientes datos que corresponden a los flujos netos de efectivo o de caja. (FNE)

Años	FNE	ΣFNE
0	- 1500 (b)	
1	670	670
2	630 (a)	1300 (c)
3	680 (d)	1980
4	1250	3230
5	1700	4930

Para el cálculo del PRI fácilmente se puede observar que la inversión inicial (-1500) se encuentra entre el año 2 donde el ingreso acumulado es menor y no superior a la inversión inicial y el año 3 donde el ingreso acumulado es mayor y no menor a la inversión inicial.

Para tal efecto, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{a}$$

$$PRI = 2 + \frac{(1500 - 1300)}{680}$$

$$PRI = 2 + \frac{200}{680}$$

$$PRI = 2 + 0.29$$

$$PRI = 2.29$$

La inversión se recupera en un período de 2 años, 29 centésimas de año.

Luego reducimos a meses a través de la siguiente regla de tres:

$$\begin{array}{l} 100 \qquad \qquad 12 \\ 29 \qquad \qquad X = \frac{29 \times 12}{100} = \frac{348}{100} = 3.48 \end{array}$$

Luego reducimos a días:

100

30

48

$$X = \frac{48 \times 30}{100} = \frac{1440}{100} = 14.4$$

El tiempo de recuperación en años, meses y días sería:

2 años, 3 meses y 14 días

3.4.5 BENEFICIO / COSTO

Representa uno de los criterios integrales de evaluación, mostrando la cantidad de dinero que se percibe por cada unidad monetaria utilizada (inversión y operación), expresado como valores actualizados, entre la sumatoria del flujo neto de beneficios actualizados, entre la sumatoria del flujo de costos también actualizados, generados en toda la vida útil del proyecto. La tasa de descuento a utilizar es la misma que para el cálculo del VAN, en este caso 20%.

En términos generales, si la relación B/C es mayor que la unidad ($B/C > 1$) se justifica ejecutar el proyecto, caso contrario debe rechazarse.

Ejemplo:

Una empresa registra los siguientes datos de beneficios y de gastos:

CUADRO NO. 10

Años	Beneficios	Costos
0		-1500
1	4000	3036
2	4160	3036
3	4326	3136
4	4500	3136
5	4680	3137

El procedimiento de cálculo de los beneficios y costos actualizados, se realiza a través del factor de la actualización simple.

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

CUADRO No. 11

Años	Beneficios	$FAS = \frac{1}{(1 + 0.2)^n}$	Beneficios actualizados	Costos	Costos Actualizados
0				1.500,00	1.500,00
1	4.000,00	0,8333	3.333,20	3.036,00	2.529,90
2	4.160,00	0,6944	2.888,70	3.036,00	2.108,20
3	4.326,00	0,5787	2.503,46	3.136,00	1.814,49
4	4.500,00	0,4883	2.197,35	3.136,00	1.531,31
5	4.680,00	0,4019	1.880,90	3.137,00	1.260,76
12.803,61				10.744,66	

En consecuencia la relación beneficio / costo será:

$$B / C = \frac{12.803,90}{10.744,66} = 1.2$$

El proyecto tiene una relación beneficio / costo de 1.2 es decir mayor a 1, lo que demuestra que por cada dólar invertido en el proyecto, se genera 20 centavos de dólar adicional, por lo tanto el proyecto debe aceptarse.

3.4.6 EL PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA

El término "punto de equilibrio" implica el punto en el que una compañía ni logra una utilidad ni surge una pérdida con las operaciones de la empresa, es decir cuando los Ingresos Totales son iguales a los Costos Totales.

El análisis del punto de equilibrio transmite información a la gerencia que normalmente requeriría voluminosos reportes y tablas, la justificación de la gráfica del punto de equilibrio se encuentra en la necesidad de disponer de un medio para lograr reportes eficientes.

Para determinar la cifra en la cual la empresa no pierde ni gana, es necesario clasificar los costos y los gastos del Estado de Pérdidas y Ganancias en dos categorías:

- a) Costos y Gastos Fijos, y
- b) Costos y Gastos Variables.

Costos Fijos:

Son aquellos que están en función del tiempo, y no se ven influenciados por el nivel de actividad o volumen de producción de la empresa. Por ejemplo: depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc.

Costos Variables:

Son los que varían en función a la mayor o menor utilización de la capacidad instalada o con el volumen de producción y ventas. Por ejemplo: materias primas, mano de obra directa, comisiones en ventas, etc.

El análisis del Punto de Equilibrio estudia la relación que existe entre Costos y Gastos Fijos, Costos y Gastos Variables, Volumen de ventas y Utilidades Operacionales.

Se entiende por "**Punto de Equilibrio**" aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras a ese nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, es decir, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el Punto de Equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

El Punto de Equilibrio se puede calcular tanto para unidades, como para valores en dinero. El cálculo del Punto de Equilibrio para unidades se calcula de la siguiente manera:

$$PE \text{ unidades} = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

Donde:

PE Unidades = Punto de Equilibrio Unidades

CF = Costos Fijos

PVu = Precio de Venta Unitario

CVu = Costo Variable Unitario

También el Punto de equilibrio se puede calcular para valores en dinero de las ventas, de la siguiente manera:

$$PE \text{ Ventas} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

CAPÍTULO 4

PROYECTO EMPRESARIAL

El proyecto empresarial, es un instrumento clave del desarrollo, quizá el problema más difícil con que se enfrentan los administradores tanto públicos como privados de los países subdesarrollados en general y particularmente del Ecuador, sea la ejecución de programas de desarrollo, en gran parte, ello se debe a la deficiente preparación de proyectos.

Evidentemente, la preparación y evaluación de proyectos no es el único aspecto del desarrollo o la planificación sectorial. La determinación de los objetivos nacionales de desarrollo, la selección de zonas de prioridad para la inversión, la formulación de políticas de precios eficaces y la movilización de los recursos son de importancia decisiva.

Pero en la mayoría de actividades de desarrollo sectorial, una preparación cuidadosa y eficiente de los proyectos antes de realizar cualquier tipo de inversión y de gastos es, si no absolutamente esencial, si por lo menos, el mejor medio que existe para lograr una utilización eficaz y económica del capital.

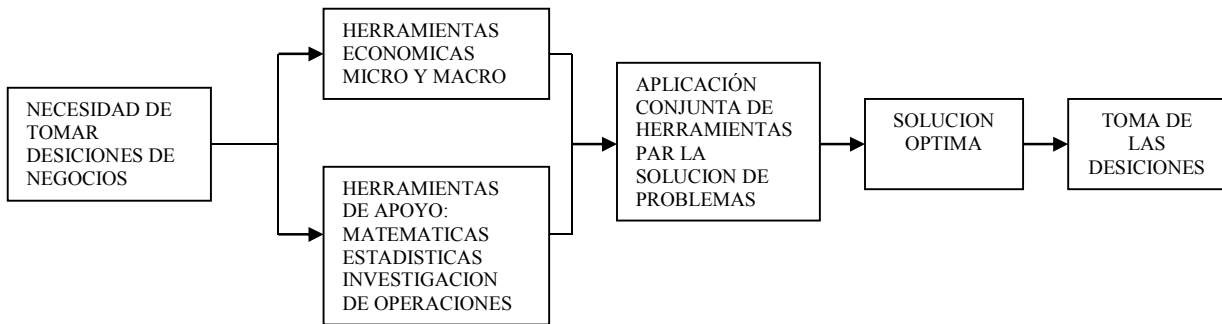
Si los proyectos no se prepararan detenidamente en todas sus partes esenciales se produciría, casi inevitablemente una inversión ineficaz e incluso, un desperdicio del capital, lo que es trágico en los países que como el nuestro, su capital es escaso.

4.1 LA ECONOMÍA Y LAS DECISIONES DE NEGOCIOS

Si bien los aspectos macro y micro económicos, afectan los procesos de decisiones de negocios, la empresa juega un papel proactivo sólo en lo que se refiere a los aspectos microeconómicos es decir sobre eventos y situaciones que ocurren al interior de la empresa, debido a que las variables macroeconómicas están fuera de su control, la economía para la toma de decisiones de negocios se complementa con herramientas proporcionadas por otras disciplinas tales como las matemáticas, la estadística y la investigación de operaciones, para resolver problemas que requieran la adopción de una decisión empresarial.

Este campo de la economía se resume en el siguiente esquema:

FIGURA 9



Se sostiene que el campo de los administradores de una empresa consiste en tomar decisiones. Por lo tanto es importante analizar dos aspectos: Primero, los tipos de decisiones que usualmente es necesario tomar en una empresa de negocios y, segundo, el proceso mediante el cual las decisiones se toman.

Las dos siguientes figuran esquematizan estos dos aspectos

FIGURA No. 10

TIPOLOGÍA DE LAS DECISIONES DE NEGOCIOS

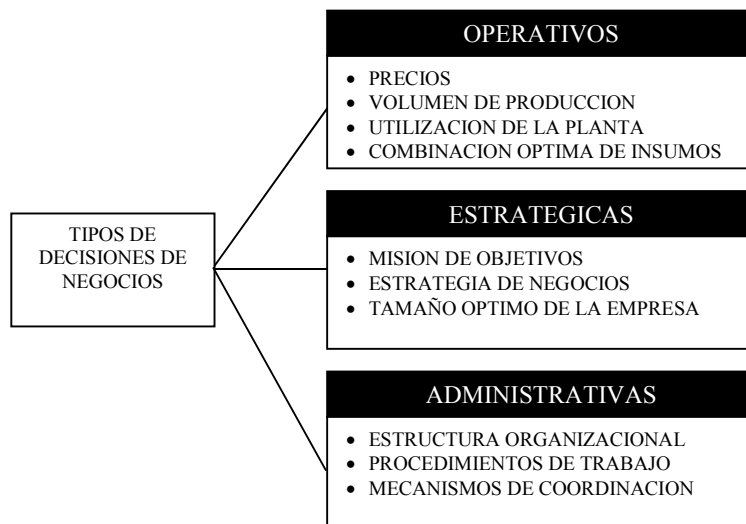
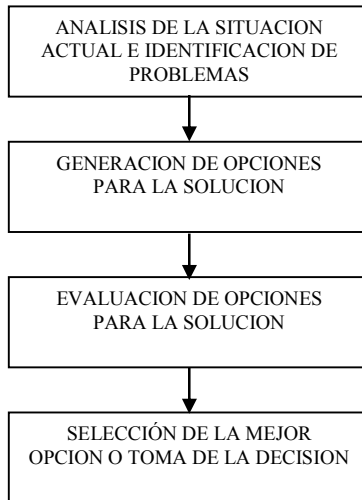


FIGURA No. 11

PROCESO DE TOMA DE DECISIONES



4.2 EL PLAN DE NEGOCIOS

Cualquier inversor o aquellos responsables de la aprobación de nuevas iniciativas en una empresa en funcionamiento insistirán en conocer el “Plan de Negocio” antes de aprobar una inversión.

Además de ser pre requisito necesario para acceder al financiamiento, el plan de negocio proporciona también el programa que permite crear y administrar el nuevo emprendimiento con éxito.

Esta parte del texto describe el proceso de planificación de negocios que servirá de soporte para la preparación de un plan de negocio convincente que dará origen a una empresa.

Las decisiones de negocios deben siempre tomarse en base a la fortaleza de la idea del negocio, pero es mucho más fácil tomar una decisión si la idea se transmite de manera clara y concisa mediante un plan de negocios bien redactado.

El ejercicio que requiere articular la estrategia, las tácticas y las operaciones del negocio en un documento escrito, asegura un análisis riguroso y lleva a una mayor claridad de pensamiento.

No existen dos negocios idénticos ni dos planes de negocios nunca son parecidos, pero los buenos planes de negocios poseen temas en común, en este sentido a continuación se detalla un listado de verificación de un buen plan de negocios.

- Describe una historia coherente, consecuente y cohesiva, centrada en el cliente.
- Define claramente el mercado, sus perspectivas, los clientes, los proveedores y los competidores.
- Contiene una planificación de negocios con estimaciones y pronósticos creíbles.
- Describe de qué manera el negocio logrará ventajas competitivas sostenibles.
- Identifica las estimaciones que más puedan afectar el éxito del negocio, los riesgos potenciales y acciones que puedan atenuarlos; cuenta con el apoyo de aquellos que deberán implementarlo; contiene una descripción de las personas involucradas en la administración del negocio.
- Identifica el financiamiento requerido para el negocio.

El estilo, la extensión y el contenido del plan de negocios dependerán de la decisión comercial o de las actividades que sustente el plan y también del público a quien el plan está dirigido. No existen reglas rígidas ni estrictas con respecto a la extensión, pero un plan de negocios deberá ser lo más corto posible mientras satisfaga todas las necesidades de aquellos que serán usuarios del mismo.

A continuación se incluye un modelo de plan de negocios genérico. Es poco probable que todas las secciones contenidas en el modelo sean relevantes, pero puede ser necesario incluir secciones adicionales o subsecciones que reflejen las peculiaridades de un negocio específico.

UN MODELO DE PLAN DE NEGOCIOS

RESUMEN EJECUTIVO

- Visión, misión y objetivos
- Estado actual de la empresa
- Productos y servicios
- Estrategias y fuentes de ventaja competitiva y sostenible

- Aceptación por parte del cliente
- Resumen del presupuesto financiero
- Dinero requerido, escala de tiempo y negocio ofrecido

INFORMACIÓN BÁSICA DEL NEGOCIO

- Definición del negocio actual y su mercado
- Historia de la empresa, hechos más significativos y rendimiento financiero anterior.
- Estado actual del negocio y posición del mercado
- Competencias centrales
- Organización actual de la empresa y presentación de la infraestructura

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

- Análisis político, económico, social y tecnológico, y cualidades únicas
- Análisis VRIO (valioso, raro imitable, organización)
- Competencias centrales
- Configuración de recursos
- Análisis de valor agregado
- Sistema de valor
- Auditoría de recursos
- Recursos operativos
- Recursos humanos
- Recursos organizacionales
- Recursos financieros
- Ciclo de vida de la industria
- Estructura de la industria
- Análisis de la competencia
- Análisis de la matriz FODA

PLAN ESTRATÉGICO

- Visión, misión y objetivos
- Fuentes de ventaja competitiva sostenible
- Posición competitiva
- Posicionamiento del mercado
- Estrategia de marca
- Estrategia de cartera
- Diseño del negocio

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

- Segmento del mercado, tamaño y crecimiento
- Descripción de clientes y sus necesidades
- Segmento de mercado objetivo
- Posicionamiento del producto y propuesta de valor
- Mix de comercialización
- Descripción de productos y servicios
- Precios y descuentos
- Publicidad y planes promocionales
- Canal y estrategia de distribución
- Cauciones y garantías
- Servicios posventa y atención al cliente
- Comparación con la competencia
- Rendimiento y economía
- Proyecciones comerciales

OPERACIONES/PRODUCCIÓN

- Ubicación física
- Consideración sobre fabricar o comprar
- El proceso de producción
- Instalaciones, equipamiento y maquinaria
- Escala de operaciones
- Respaldo de ingeniería y diseño
- Planes de control de calidad
- Requerimiento de personal
- Fuentes de aprovisionamiento de materiales claves

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

- Objetivos
- Organización
- Planes
- Recursos

GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN

- Organigrama
- Alta gerencia
- Capacidad de equipo de gestión para producir el plan
- Control de la gestión administrativa y control de los accionistas
- Distribución del personal
- Contratación del personal
- Capacitación del personal
- Relaciones laborables
- Espacio para la oficina, y comodidades
- Contrato de trabajo y costos relacionados

PROYECCIONES Y DATOS FINANCIEROS

- Resumen de indicadores de rentabilidad
- Proyecciones de ventas
- Estimaciones en las que se basan las proyecciones financieras
- Estado de resultados
- Balance general
- Evolución de flujo de fondos
- Criterios de evaluación y valuaciones
- Flujo de fondos descontados
- Recuperación de la inversión
- Punto de equilibrio
- Parámetros de referencia
- Análisis de sensibilidad

FINANCIAMIENTO

- Resumen de operaciones previas al financiamiento
- Prestamos corrientes de los actuales accionistas
- Requerimiento de fondos
- Uso de los fondos obtenidos
- Negocios ofrecidos
- Niveles de endeudamiento previsto y nivel de cobertura de los intereses
- Caminos de salida para los inversores

ANÁLISIS DE RIESGO

- Descripción general del riesgo
- Factores limitantes
- Factores críticos para el éxito
- Escenarios alternativos y respuestas estratégicas

- Riesgos específicos y estrategias de reducción de riesgos

CONTROLES DE NEGOCIO

- Tecnologías de la información
- Financieros
- Ventas y comercialización
- Operativos
- Otros controles

APÉNDICES

- Glosario de términos
- Detalles de investigación de mercado
- Informes de los consultores
- Especificaciones del producto
- Material adicional de comercialización
- Órdenes recibidas
- Organigramas
- Curriculum vitae
- Presupuestos financieros detallados
- Datos técnicos
- Detalles de patentes, propiedad intelectual

4.2.1 ETAPA EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

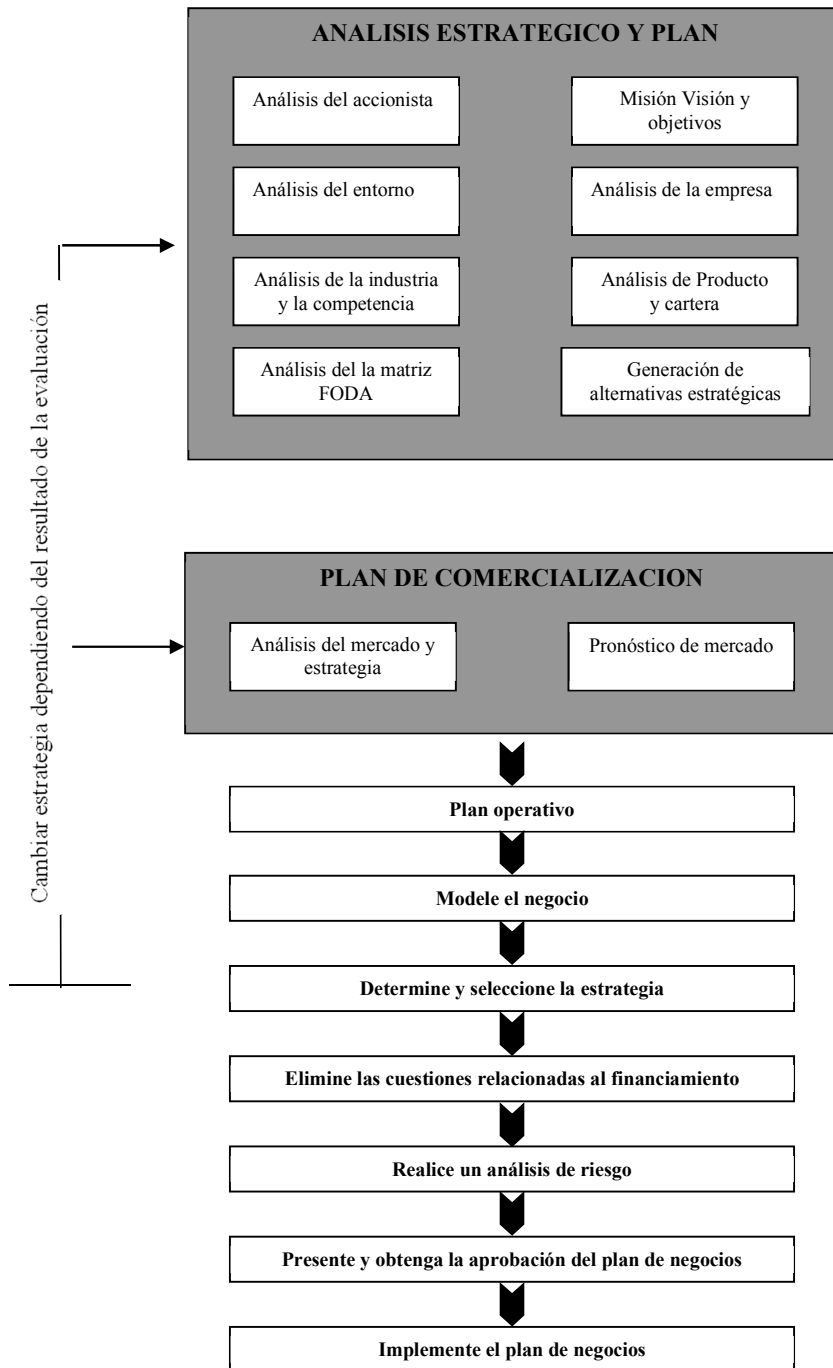
El proceso de planificación de negocios puede también utilizarse para evaluar ideas y estimaciones alternativas, ya que uno de los objetivos principales de la planificación es la de ayudar a que el negocio se prepare para un futuro incierto.

Las etapas que siguen, incluyen una evaluación de los problemas de financiamiento, análisis de riesgo y por último la presentación y obtención de aprobación para el plan de negocios, seguido de su implementación.

Las etapas en la elaboración del plan de negocios se presentan a continuación como un proceso en la siguiente figura,

FIGURA No. 12

EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS



4.3 EVALUACIÓN DE PROYECTOS UN INSTRUMENTO DE DECISIÓN

Para la mayoría de los autores de libros de preparación y evaluación de proyectos, este mecanismo de factibilidad para el establecimiento y puesta en marcha de un negocio o una empresa, es un instrumento de "decisión" particularmente de inversión.

Así mismo, la necesidad de invertir en un proyecto, surge como respuesta a una idea que persigue:

- La solución o alternativa de solución de un problema identificado a través de un diagnóstico de la situación de interés del inversor y que puede dar lugar a decisiones como por ejemplo, la de sustituir o reemplazar tecnología (moderna por obsoleta) o en su defecto, abandonar una línea de producción determinada.
- O La oportunidad de aprovechar un negocio que surja como resultado del estudio de mercado, como por ejemplo, cubrir la demanda insatisfecha de un producto en base a la determinación de la participación del proyecto en la misma (demanda objetivo o meta).

Lo señalado, está en estrecha relación con el análisis realizado en el numeral 10.1 y relacionado con la economía y las decisiones de negocios.

4.3.1 CONCEPTO DE PROYECTO

El concepto de proyecto está relacionado de acuerdo al ámbito de desarrollo y la perspectiva que adopte el proyectista en un determinado trabajo. En primera instancia debe saber qué tipo de estudio está por realizar, por ejemplo, un proyecto de investigación, un proyecto de inversión privada o un proyecto social.

A pesar de que existen diferentes tipologías de elaboración de proyectos como son: proyectos de inversión privada, proyectos de inversión social, proyectos de investigación y proyectos tecnológicos, podemos seleccionar el siguiente concepto general de proyecto y que es utilizado con mayor frecuencia.

"Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo".

Un proyecto surge como respuesta a la concepción de una "idea" que busca la solución de un problema o la forma de aprovechar una oportunidad de negocio.

Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain, en su libro "Preparación y Evaluación de Proyectos" define al proyecto diciendo que no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.

Los proyectos surgen como una respuesta de las necesidades individuales y colectivas de las personas. Son las personas las que importan, son sus necesidades las que deben ser satisfechas a través de una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse.

4.3.1.1 EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Un proyecto de investigación se fundamenta cuando se presenta la solución de una problema mediante el análisis de los subtemas o factores, guiados por una o varias hipótesis, proposiciones e interpretaciones.

Un proyecto de investigación debe plantear un punto de partida; las proposiciones, los caminos trazados para cumplir los objetivos y los instrumentos a utilizar.

Un proyecto de investigación, es por consiguiente: "un plan que combina la trilogía: problemas, técnicas de recolección y análisis de datos, en función a los objetivos e hipótesis señalados".

Un proyecto de investigación utiliza cinco fases relacionadas entre si:

1. Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencias de la observación y evaluación realizadas.
3. Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
4. Revisan tales suposiciones sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

4.3.1.2 EL PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA:

Un proyecto de inversión privada es un instrumento de decisión. Orienta y apoya el proceso racional de toma de decisiones, permite juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y las desventajas en la etapa de asignación de

recursos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada del proyecto, en base a la cual se debe programar la inversión.

Un proyecto de investigación privada se elabora en los siguientes casos:

- Creación de un nuevo negocio.
- Ampliación de las instalaciones de una industria.
- Reemplazo de tecnología.
- Aprovechamiento de un vacío en el Mercado.
- Lanzamiento de un nuevo producto.
- Sustitución de la producción artesanal por la fabril.
- Provisión de servicios.
- Y otros casos especiales que requieran investigación y análisis para una mejora continua.

La preparación y evaluación de un proyecto contribuye en la reducción de la incertidumbre inicial, respecto a la conveniencia de llevar a cabo una inversión. La decisión que se tome con más información siempre será mejor.

4.3.1.3 EL PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL

La preparación de un Proyecto de Inversión social utiliza criterios similares del que utiliza la formulación de un proyecto de inversión privada, aunque difieren en la valoración de las variables determinantes de los costos y beneficios que se les asocian, la evaluación privada trabaja con el criterio "precio de mercado", mientras que la evaluación social lo hace con "precios sombra" o "precio social" donde parte de los costos o beneficios recaen sobre terceros.

Socialmente, la técnica busca medir el impacto que una determinada inversión tendrá sobre el bienestar de la comunidad, a través de la evaluación social se intenta determinar la calidad de la solución, la sostenibilidad y el control social.

4.3.1.4 EL PROYECTO TECNOLÓGICO

La preparación de un Proyecto Tecnológico da como resultado un proyecto nuevo o mejorado que facilita la vida humana. Todos los proyectos tecnológicos surgen después de analizar otros proyectos. Con el análisis del producto se puede observar las fallas para luego corregirlas.

Las etapas de un proyecto tecnológico son:

1. Detección de la oportunidad
2. Diseño
3. Organización y Gestión
4. Ejecución
5. Evaluación

4.3.2 ALCANCE DE UN ESTUDIO DE PROYECTO

El estudio de factibilidad de un proyecto, contempla cuatro estudios particulares y adicionalmente un quinto estudio sobre la evaluación del proyecto:

- 4.3.2.1 **ESTUDIO DE MERCADO.-** Determina la viabilidad comercial del proyecto y en este se obtiene la respuesta a la primera pregunta que se plantea en la organización de la producción, esta es, "qué producir y en qué cantidad" y que a su vez constituye la cuantificación de la demanda objetivo o meta, la misma que representa la participación del proyecto en la demanda insatisfecha y sirve de soporte para determinar el pronóstico de los ingresos a través de las ventas.
- 4.3.2.2 **ESTUDIO TÉCNICO.-** Determina la viabilidad técnica del proyecto y en esta, se obtiene la respuesta a la segunda pregunta que se plantea en la organización de la producción, esta es, "cómo producir y quienes" es decir la aplicación del paquete tecnológico a través del conocimiento del negocio o del proceso productivo por parte de la función producción ejercida por el empresario y su equipo técnico, y que da como resultado a través de la eficiente utilización y combinación de los recursos productivos, un nuevo producto o servicio.
- 4.3.2.3 **ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO.** - Determina la viabilidad de gestión y constituye el apoyo fundamental para la implementación y ejecución del paquete tecnológico del proyecto.

Para cada proyecto es necesario definir la estructura organizacional que mejor se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y administración del proyecto, entendiéndose como tal, la planeación, organización y control de los recursos necesarios para lograr los objetivos de producción y ventas y la consecuente obtención de los beneficios.

Del mismo modo, es necesario dejar de manifiesto la influencia de los procedimientos administrativos sobre la cuantía de las inversiones y costos del proyecto.

Los sistemas y procedimientos contable – financieros de información, de planificación y presupuesto, de personal, adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más que van asociados a costos específicos de operación y gestión.

Paralelamente con la estructura organizacional y la administración de los recursos se considera de igual importancia el estudio legal que implica el análisis de las leyes y reglamentos que rigen para la constitución y operación de empresa, para los aspectos tributarios, laborales, etc.

- 4.3.2.4 **ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO.** - Determina la viabilidad financiera del proyecto y a través de este estudio se ratifica la respuesta a la segunda pregunta que se plantea en la organización de la producción y particularmente la parte relacionada con “quienes deben producir” en el sentido que serán aquellos que trabajen a costos bajos y consecuentemente obtengan utilidades.

Este estudio parte de la identificación de las inversiones pre-operacionales y su respectivo financiamiento, la realización del pronóstico de ingresos, costos y gastos y la proyección de los estados financieros.

El estudio de factibilidad financiera no solo consiste en determinar si el proyecto es o no rentable, sino que debe servir para discernir entre alternativas de acción para poder estar en condiciones de recomendar la aprobación o rechazo del proyecto.

- 4.3.2.5 **EVALUACIÓN DEL PROYECTO.**- Determina la viabilidad financiera (evaluación de las inversiones) y la viabilidad social y ambiental del proyecto, de tal manera que dividimos el estudio de la evaluación del proyecto en tres tipos de evaluación particulares.

EVALUACIÓN DE LAS INVERSIONES.

La base de la información para el cálculo de los coeficientes o indicadores financieros, constituye el estado del flujo de efectivo o de caja (cash flow) proyectado.

Los coeficientes o indicadores financieros generalmente utilizados son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) y la relación Beneficio / Costo (B/C), los mismos fueron analizados detenidamente en la parte nueve de este libro.

EVALUACIÓN SOCIAL

En términos generales, se puede afirmar que la evaluación social pretende determinar los costos y beneficios pertinentes tomando en cuenta las ventajas que le reportaría al país y a la comunidad llevar a cabo o ejecutar un proyecto.

Para ello es necesario determinar los costos y los beneficios en función de los "precios sociales o precios sombra" que representan la verdadera valoración que le asigna el país y que difieren de los precios determinados por el mercado.

Los efectos positivos o negativos, que no se transfieren vía precio son las denominadas "externalidades" y que son un elemento a considerar en la evaluación social y que la distingue de la evaluación económica.

Resulta también necesario destacar que la tasa de descuento para los proyectos sociales normalmente es calculada y publicada por la autoridad estatal.

La evaluación social de proyectos intenta identificar, medir y valorar los costos y beneficios sociales, los que podrían ser muy diferentes a los costos y beneficios privados.

EVALUACIÓN AMBIENTAL

Las experiencias de los países desarrollados y la situación por la que atraviesan algunos países en desarrollo representan una clara advertencia en cuanto al peligro que significa el proceso de deterioro del medio ambiente ocasionado por el uso irracional de los recursos naturales por la explotación anárquica de las riquezas que albergan los ecosistemas y por los asentamientos humanos indiscriminados de que son objeto las diferentes regiones del país.

La evaluación del impacto sobre el medio ambiente es particularmente importante ya que los distintos aspectos que hay que considerar dentro del entorno constituyen la base de gran parte del desarrollo.

Un proyecto según su magnitud y ubicación, puede considerar una serie de impactos ambientales sobre el aire, agua, suelo, etc., los cuales pueden ser prevenidos y controlados con medidas ambientales y económicamente justificables.

Los efectos de la inversión en proyectos, en el entorno natural y medio ambiente dependen de su naturaleza o actividad sectorial a la que se dedicará el proyecto, sin embargo, en los casos donde el impacto ecológico sea evidente, es necesario se contemplen las medidas que permitan el control de daños ambientales lo cual obliga al evaluador a incluir los costos de prevención que permitan subsanar el daño que pudiera ocasionar el proyecto.

En el caso por ejemplo de los proyectos turísticos, debe tomarse muy en cuenta que estos utilizan como su materia prima fundamental, el atractivo turístico natural y quebrantarlo o destruirlo en cualquiera de sus formas significa eliminar a largo plazo las posibilidades de subsistir como empresas y alterar el ecosistema e incluso alterar la vida de la biodiversidad y de las personas que dependen de esta actividad. En el caso del Ecuador se pueden citar: Galápagos, la Amazonía, los manglares, etc.

4.3.3 ETAPAS EN EL PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN PROYECTO

Entendiéndose el proceso como el conjunto de fases o etapas sucesivas en un lapso de tiempo. El proceso de un proyecto reconoce cuatro grandes etapas: idea, pre inversión, inversión y operación.

1. IDEA.

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas para crear una empresa, necesitamos partir de una idea, la misma puede surgir de múltiples formas de la invención, iniciativas personales, de la experiencia personal, conocimientos del mercado.

La búsqueda permanente de nuevas ideas de proyecto intenta en forma ordenada identificar "problemas" que pueden resolverse y oportunidades de negocio que deban aprovecharse. Las diferentes formas de solucionar un problema o de aprovechar una oportunidad constituirán las ideas de proyecto. A partir de este momento debemos proponernos a trabajar la idea y convertirle en un proyecto, al mismo tiempo se deben reflexionar sobre la motivación por el proyecto, el tiempo dispuesto a dedicarle a la nueva idea y los recursos financieros que podríamos disponer. Por ejemplo, frente a un problema de insuficiencia de mano de obra en una empresa agrícola surgen un proyecto de reemplazar por maquinaria, de la misma manera podrá aprovecharse oportunidades de negocio, vendiendo alimentos de primera necesidad en una zona donde la oferta de los mismos sea limitada.

Es muy restringido el tipo de decisiones que pueden tomarse a este nivel, sin embargo, dentro de un esquema de planificación constituye la base para conformar un inventario de proyectos realizables sobre el cual puede hacerse una primera selección y aquellos cuyos estudios conviene impulsar.

2. PREINVERSIÓN

En esta etapa se realizan los distintos estudios de viabilidad: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

3. PERFIL

A este nivel se contará con información general sobre el proyecto, su alcance y objetivos, así como también con una estimación bastante preliminar de los costos y beneficios. Además el perfil debe comprender una definición concreta de las actividades requeridas para llevar a cabo los estudios necesarios, y los requerimientos en cuanto a personal, tiempo, equipo, etc.

PREFACTIBILIDAD

En esta fase se realizarán los estudios preliminares del proyecto, que permitan justificar la asignación de recursos para la realización de estudios de detalle. Se llega hasta el nivel de anteproyectos, los costos se estiman por la relación con proyectos similares.

FACTIBILIDAD

En esta fase se definen los estudios que cuentan con un nivel de detalle tal que permita determinar la bondad del proyecto en si mismo y su comparación con otros, competitivos o complementarios, con el objeto de tomar la decisión de ejecutarlo. Por otra parte y en lo que se refiere a la parte económica se debe llegar a estimaciones de costos e ingresos con un margen de error muy reducido (diez a quince por ciento).

Se analizan en detalle los beneficios esperados y se pone especial énfasis en el financiamiento y administración del proyecto.

4. INVERSIÓN

La etapa de inversión es un proceso de implementación de un proyecto donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Esta etapa, la estamos analizando y la estamos aplicando a través de los ejercicios incluidos en las diferentes partes de la obra.

5. OPERACIÓN

La etapa de operación es donde la inversión ya materializada está en ejecución y se cristaliza la oferta de bienes y servicios.

4.4 LAS INVERSIONES EN UN PROYECTO

La información que proveen los estudios de mercado, técnico y organizacional para definir la cuantía de las inversiones de un proyecto debe sistematizarse para ser incorporada en la proyección del flujo de caja.

Las inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto pueden ser de tres tipos: activos fijos, activos intangibles o diferidos y capital de trabajo. Estas tres categorías de inversión fueron analizadas en detalle en el capítulo anterior de la presente obra.

Si el proyecto considera aumentos en el nivel de operación pueden requerirse adiciones al capital de trabajo. En proyectos sensibles a cambios estacionales pueden producirse aumentos y disminuciones en distintos períodos. Considerándose estos últimos como recuperación de la inversión.

Además de las inversiones previas a la puesta en marcha, es importante proyectar las reinversiones de reemplazo y las nuevas inversiones para ampliación que se hayan programado.

En términos generales, la inversión es el gasto o egreso monetario dedicado a conservar o aumentar el stock de capital. La inversión está constituida por las fábricas, la maquinaria, las edificaciones y los demás bienes duraderos utilizados en el proceso productivo.

La inversión neta se obtiene restando de la inversión bruta, la depreciación, esta última es la reducción del stock de capital que se produce en cada período como consecuencia del desgaste por el uso, por el paso del tiempo y por las continuas innovaciones tecnológicas.

4.5 LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LAS INVERSIONES

Partiendo de que la inversión está constituida por todos los recursos materiales o financieros necesarios para la ejecución de un proyecto, es necesario identificar y cuantificar las fuentes de financiamiento y su estructura de financiamiento determinando el grado de participación de cada una de las fuentes, las mismas que pueden ser:

FUENTES INTERNAS

Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos el aporte de los socios, utilidades no distribuidas, incorporación de nuevos socios, etc.

FUENTES EXTERNAS

Es el uso de recursos de terceros, es decir el endeudamiento, así tenemos préstamos bancarios, crédito con proveedores, Leasing (arrendamiento financiero).

4.5.1 APOORTE DE LOS SOCIOS

Esta fuente de financiamiento, está relacionado con la naturaleza o constitución de la empresa, y este tipo de financiamiento constituye un aporte interno o propio de la empresa, a continuación, se analizan a manera de ejemplo, algunos de los casos más comunes de financiamiento de los capitales.

- EMPRESA UNIPERSONAL

En este caso, el financiamiento del capital es el aporte del propietario, recursos propios que está declarado como capital unipersonal.

- EMPRESA (SRL) O SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

En este tipo de empresa su financiamiento está dado por los aportes de los socios, los mismos se denominan "cuotas de capital" esta forma de financiamiento tiene además características propias y una serie de normas que se encuentran descritas en la forma de constituir las empresas de responsabilidad limitada y en las leyes que rigen su constitución y funcionamiento.

- EMPRESA (S.A.) O SOCIEDADES ANONIMAS

El financiamiento mediante la conformación de este tipo de empresas es una forma muy eficiente de recaudar capitales.

Los aportes están conformados por certificados de aportaciones que se denominan "acciones de capital" la responsabilidad del directorio es solidaria y la de los socios aportantes es únicamente hasta el límite de sus aportes.

4.5.2 ENDEUDAMIENTO Y TASA DE INTERÉS

Esta forma de financiamiento en las empresas se realiza cuando el propietario en forma individual (empresas unipersonales) o la empresa como persona jurídica, acreditan las suficientes garantías patrimoniales o personales como para acceder a ser sujeto de crédito.

El financiamiento estará sujeto a:

- Tasa de interés, normalmente anual.
- Plazo del crédito.
- Forma de amortización (trimestral, semestral, anual).
- Número de operación y fecha de desembolso.

La Tasa de Interés, en el Ecuador varía según la modalidad del préstamo, sea que se trate de créditos de consumo, créditos ordinarios, microcréditos, crédito preferencial, tarjetas de crédito, etc.

El principal determinante de la inversión es el tipo de interés, tasa de interés o el precio del dinero. Un incremento de la tasa de interés reduce la demanda de inversión, de allí la preocupación de nuestros empresarios cuando existe una tendencia hacia el alza de las tasas de interés, pues estas dos variables (inversión y tasa de interés) están relacionadas de una manera inversamente proporcional, así cuando aumenta la tasa de interés se reducen las posibilidades de realizar nuevos proyectos de inversión y cuando ésta baja aumentan dichas posibilidades.

4.6 ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

4.6.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Denominado también "anteproyecto definitivo", es el conjunto de informaciones y análisis que permiten tomar la decisión más importante de todas, cual es ejecutar o no el proyecto.

Este estudio define la alternativa óptima para el proyecto, y deberá ser desarrollado a un grado de detalle que permita iniciar las acciones preliminares a su implementación.

La información que se utiliza en el estudio de factibilidad fundamentalmente es de origen primario, obtenido a través de encuestas, censos y trabajo directo de campo, lo cual, en comparación a los anteriores estudios, consume mayor tiempo de elaboración y por consiguiente mayor costo.

Este estudio, en términos generales, tiene los mismos capítulos que un estudio de pre – factibilidad, con la diferencia de desarrollar alternativas bien definidas y a mayor profundidad, e inclusive información necesaria para la ejecución del proyecto en sí.

El contenido de la presente guía está desarrollado para un estudio de factibilidad por ser el más completo y detallado de los estudios de pre – inversión.

4.6.1.1 Fase de Inversión o Ejecución

Esta fase de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha.

Sus etapas son:

- Financiamiento
- Estudios Definitivos
- Ejecución y Montaje
- Puesta en Marcha

Financiamiento.- Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión, en la forma o proporción definida en el estudio de pre – inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Estudios Definitivos.- Denominado también “Estudios de Ingeniería”, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseños de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos, ingenieros civiles e ingenieros eléctricos y sanitarios, los mismos que son requeridos para otorgar la licencia de construcción.

Dichos estudios, se realizan después de la fase de pre – inversión, en razón de su elevado costo ya podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga no factible, otra razón es que deben estar lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados.

La etapa de estudios definitivos, no sólo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Ejecución y Montaje.- Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como: compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipo, instalaciones varias, contratación de personal, etc.

Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad del proyecto, el que hasta antes de ella sólo eran planteamientos teóricos.

Puesta en Marcha.- Denominado también Etapa de Prueba consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción a fin de realizar las correcciones del caso y poner a "punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.

4.6.1.2 Fase de Operación

Es la fase en que el proyecto entra en producción iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir.

Esta fase se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, período en el que se hará el análisis y evaluación de los resultados obtenidos.

4.6.2 INDICE DE CONTENIDO DE UN PROYECTO NUEVO

En esta parte, se hará referencia al contenido en sí y a la forma de presentación de un proyecto de inversión a nivel de "**Estudio de Factibilidad**" el mismo generalmente se presenta disgregado en los capítulos siguientes:

CAPITULO 1 RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

- 1.1 Antecedentes del Proyecto
- 1.2 Naturaleza o Tipo de Proyecto
- 1.3 Diagnóstico de la Situación e Identificación del Problema
- 1.4 Objetivos y Justificación del Proyecto
- 1.5 La Viabilidad Comercial y la Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha
- 1.6 La localización y Tamaño del Proyecto

- 1.7 Aspectos Técnicos más Relevantes
- 1.8 Aspectos Administrativos más Relevantes
- 1.9 Inversiones y Financiamiento Requeridos
- 1.10 Los Estados Financieros Proyectados
- 1.11 Evaluación Financiera y Decisión de Inversión
- 1.12 Aspectos Ambientales más Relevantes
- 1.13 Aspectos Sociales más Relevantes
- 1.14 Conclusiones y Recomendaciones

CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1 Investigación del Mercado
 - 2.1.1 Modelo de la Encuesta
 - 2.1.2 Cálculo de la Muestra
 - 2.1.3 Resultados de la Encuesta

- 2.2 Estudio del Comportamiento del Consumidor
- 2.3 Perfil del Cliente
- 2.4 Análisis de la Demanda
 - 2.4.1 Demanda Histórica
 - 2.4.2 Demanda Actual
 - 2.4.3 Demanda proyectada
- 2.5 Análisis de la Oferta
 - 2.5.1 Estudio de la Oferta que Representa la Competencia Directa para el Proyecto
- 2.6 Balance Oferta - Demanda y Cálculo de la Demanda Insatisfecha
 - 2.6.1 Participación del Proyecto en la Demanda Insatisfecha (Demanda Objetivo o Meta)
- 2.7 Instrumentos del Marketing o Marketing Mix
 - 2.7.1 Análisis y Descripción del Producto o Servicio
 - 2.7.2 Análisis del Precio

- 2.7.3 La Promoción y la Publicidad
- 2.7.4 La Plaza o la Distribución y Comercialización del Producto – Servicio
- 2.8 Determinación de los Ingresos por Ventas para el Proyecto

CAPITULO 3 ESTUDIO TECNICO

- 3.1 Tamaño y Localización del Proyecto
 - 3.1.1 Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto o Capacidad de Producción a instalar.
 - 3.1.2 Determinación del tamaño Optimo
- 3.2 Factores que Determinan la Localización del Proyecto
 - 3.2.1 Macro Localización
 - 3.2.2 Micro Localización
- 3.3 Ingeniería del Proyecto
 - 3.3.1 Definición de la Tecnología a Utilizar
 - 3.3.2 Selección de las Materias Primas, Maquinarias y Equipos, Edificaciones y Obras Civiles
 - 3.3.3 Planos de la Distribución de las Maquinarias, Equipos, Edificaciones, etc
 - 3.3.4 Capacidad de Producción a Instalar
 - 3.3.5 Determinación de los Reemplazos de Maquinarias y Equipos
 - 3.3.6 Frecuencia y Tipo de Mantenimiento de maquinarias, Equipos, Edificaciones y Obras Civiles

CAPITULO 4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

- 4.1 Organización Empresarial
 - 4.1.1 Organización Empresarial Óptima
 - 4.1.2 Base Jurídica
- 4.2 Aspectos Jurídicos para la Ejecución y Operación del Proyecto
- 4.3 Organización Estructural de la Empresa
- 4.4 Organización Funcional de la Empresa

CAPITULO 5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

- 5.1 Inversiones y Financiamiento
 - 5.1.1 Inversiones Pre – Operacionales
 - 5.1.1.1 Inversión en Activos Fijos
 - 5.1.1.2 Inversión en Activos Diferidos
 - 5.1.1.3 Inversión en capital de Trabajo
 - 5.1.2 Fuentes de Financiamiento de las Inversiones
 - 5.1.2.1 Aporte de los Socios
 - 5.1.2.2 Financiamiento de Proveedores
 - 5.1.2.3 Financiamiento Bancario
- 5.2 Cronograma o Calendario de Ejecución de las Inversiones
- 5.3 El Servicio de la Deuda. Amortización e Intereses del Capital
- 5.4 Presupuesto de Ingresos y Gastos
 - 5.4.1 Presupuesto de Ingresos Operativos y no Operativos
 - 5.4.2 Presupuesto de Costos y Gastos Operativos y no Operativos
- 5.5 Estados Financieros Proyectados
 - 5.5.1 Estado de Resultados
 - 5.5.2 Estado del Flujo de Fondos o de Caja
 - 5.5.3 Estado de Situación o Balance General
- 5.6 Cálculo y Análisis del Punto de Equilibrio de la Empresa

CAPITULO 6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- 6.1 Evaluación Financiera
 - 6.1.1 Cálculo de la Tasa de Descuento o Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)
 - 6.1.2 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)
 - 6.1.3 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)
 - 6.1.4 Cálculo de la Relación Beneficio / Costo (B/C)
 - 6.1.5 Cálculo del Período de Recuperación de la Inversión (PRI)
- 6.2 Decisión de Inversión
 - 6.2.1 Aceptar y Ejecutar el Proyecto de Inmediato

- 6.2.2 Aceptar el Proyecto pero Posponer o Aplazar su Ejecución
- 6.2.3 Rechazar o Abandonar el Proyecto
- 6.3 Evaluación y Análisis del Impacto Ambiental
 - 6.3.1 Análisis de la normativa Legal Aplicable al Proyecto
 - 6.3.2 Identificación de los Impactos Ambientales Imputables al Proyecto durante la Ejecución
 - 6.3.3 Identificación de las Medidas o Acciones de Prevención, Control y Mitigación del Impacto Ambiental
 - 6.3.4 Presupuesto y Detalle del Costo de los Procedimientos para Mitigar el impacto Ambiental
 - 6.3.5 Diseño y Puesta en Marcha del Plan de Reducción o Eliminación del Impacto Ambiental
- 6.4 Evaluación y análisis del Impacto Social

CAPITULO 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 7.1 Conclusiones
- 7.2 Recomendaciones

CAPÍTULO 5

CASOS PRÁCTICOS

CASO 1

Para la aplicación del estudio de mercado, consideramos la posibilidad de realizar un estudio para la elaboración de un proyecto para la implementación y puesta en marcha de un "Restaurante de Comidas Típicas Ecuatorianas" localizado en la ciudad de Sangolquí, Valle de Los Chillos.

Lo primero que haremos es buscar la información estadística que respalde la demanda y la oferta del servicio, para el efecto seguimos los siguientes pasos:

- Análisis de la Demanda

El siguiente cuadro, contiene la población económicamente activa (PEA) del área urbana de Sangolquí y una estimación de la población que visita el Valle de Los Chillos, especialmente los fines de semana y que representa un 50% adicional de la PEA de Sangolquí.

Del mismo modo, de una encuesta realizada por el Departamento de Turismo del Municipio del Cantón Rumiñahui, se concluye que alrededor del 40% de la PEA de Sangolquí más la población de visitantes, consumen una vez por semana comida típica. Las cifras en referencia, se presentan a continuación y representan la demanda histórica total del área de estudio:

DEMANDA HISTÓRICA (AÑOS 1 – 5)

AÑOS	PEA SANGOLQUI AREA URBANA (a)	VISITANTES 50% PEA (b)	PEA + VISITANTES c=a+b	CONSUMIDORES UNA VEZ POR SEMANA 40% d=40% de c
1	76.026	38.013	114.039	45.616
2	79.948	39.974	119.922	47.969
3	84.072	42.036	126.108	50.443
4	88.409	44.205	132.614	53.046
5	92.969	46.485	139.454	55.782

FUENTE (a): INEC - Ilustre Municipio de Rumiñahui

La columna (d) del cuadro anterior representa la demanda total histórica del área de estudio, cifras que respaldan la proyección de la demanda para el futuro, para lo cual utilizamos el método de la Regresión Lineal:

AÑOS	X	Y	XY	X ²
1	1	45,616	45,616	1
2	2	47,969	95,938	4
3	3	50,443	151,329	9
4	4	53,046	212,184	16
5	5	55,782	278,910	25
Σ	15	252,856	783,977	55

Utilizamos la ecuación lineal de la forma:

$$Y = mX + b$$

Tenemos que determinar el valor de m y b

Donde:

m = Pendiente de la función lineal

b = La ordenada al origen

Utilizamos para el cálculo correspondiente las siguientes fórmulas:

$$m = \frac{N \sum XY - \sum X(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Reemplazando por sus valores equivalentes, tenemos:

$$m = \frac{5(783.977) - 15(252.856)}{5(55) - (15)^2}$$

$$m = \frac{3.919.885 - 3.792.840}{275 - 225}$$

$$m = \frac{127.045}{50}$$

$$m = 2.540,9$$

$$b = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X(\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Reemplazando tenemos :

$$b = \frac{252.856(55) - 15(783977)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{13.907.080 - 11.759.655}{275 - 225}$$

$$b = \frac{2.147.425}{50}$$

$$b = 42.948,5$$

Reemplazamos los valores obtenidos de m y b en la ecuación lineal y tenemos:

$$Y = 2.540,9X + 42.948,5$$

Esta es la ecuación lineal que nos sirve para proyectar para los años subsiguientes al 2008, de la siguiente manera:

$$X = 6 \text{ (año 6)}$$

$$Y = 2.540,9 (6) + 42.948,5$$

$$Y = 15.245,4 + 42.948,5$$

$$Y = 58.193,9$$

$$X = 7 \text{ (año 7)}$$

$$Y = 2.540,9 (7) + 42.948,5$$

$$Y = 17.786,3 + 42.948,5$$

$$Y = 60.734,8$$

$$X = 8 \text{ (año 8)}$$

$$Y = 2.540,9 (8) + 42.948,5$$

$$Y = 20.327,2 + 42.948,5$$

$$Y = 63.275,7$$

$$X = 9 \text{ (año 9)}$$

$$Y = 2.540,9 (9) + 42.948,5$$

$$Y = 22.868,1 + 42.948,5$$

$$Y = 65.816,6$$

$$X = 10 \text{ (año 10)}$$

$$Y = 2.540,9 (10) + 42.948,5$$

$$Y = 25.409 + 42.948,5$$

$$Y = 68.357,5$$

$$X = 11 \text{ (año 11)}$$

$$Y = 2.540,9 (11) + 42.948,5$$

$$Y = 27.949,9 + 42.948,5$$

$$Y = 70.898,4$$

$X = 12$ (año 12)

$Y = 2.540,9 (12) + 42.948,5$

$Y = 30.490,8 + 42.948,5$

$Y = 73.439,3$

Las cifras proyectadas de la demanda, expresadas en clientes que consumen una vez por semana comidas típicas, quedaría así:

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
1	45.616
2	47.969
3	50.443
4	53.046
5	55.782
6	58.194
7	60.735
8	63.276
9	65.817
10	68.358
11	70.898
12	73.439

} DEMANDA HISTORICA
} DEMANDA ACTUAL
} DEMANDA PROYECTADA

- Análisis de la Oferta

Enfocamos nuestra investigación, para determinar y cuantificar la oferta, a la identificación de los locales que están ofreciendo el mismo servicio de comidas típicas en el área del Cantón Rumiñahui, especialmente en Sangolquí y sus alrededores, el resultado de la investigación realizada, nos dice que existen 83 locales que se dedican a ofrecer platos típicos de comida ecuatoriana de la sierra. Sin embargo, de ese total seleccionamos seis restaurantes que tienen similares características que la empresa seleccionada, tanto en capacidad de atención a clientes como la variedad y calidad de los platos típicos que se ofrecen, los mismos son los siguientes:

NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCION	SECTOR
1 HORNADOS DIEGUITO 4	AV. GENERAL RUMIÑAHUI	DETRÁS RIVER MALL
2 ESTADERO SAN ANDRÉS	AV. ILALÓ - VIA EL TINGO	VÍA EL TINGO
3 DELICIAS DE MAMA MICHE	FRANCISCO GUARDERAS No. 890	SANGOLQUÍ
4 HERENCIA DE LA ABUELA	ALFREDO DÁVILA Y CHONE	PARQUE TURISMO
5 DIEGUITO 1	AV. GENERAL ENRIQUEZ	PARQUE TURISMO
6 DON PEPE	GUAYAS No. 10	SECTOR ESPE

De los locales señalados, el de mayor capacidad es "Hornados Dieguito 4", 154 clientes por día y el resto oscila entre 30 y 20 clientes por día, lo cual nos da un promedio de 46 clientes por día si consideramos que existen tres días a la semana en los cuales se concentra la mayor demanda, tendríamos que los seis restaurantes seleccionados, atenderían a 828 clientes semanales (46 x 3 x 6 = 828), 3.312 mensuales (828 x 4) y 39.744 anuales (3.312 x 12), esta última cifra la consideramos como la oferta actual de la competencia.

- Demanda Insatisfecha. Balance oferta – Demanda

Está representada por la diferencia entre la demanda y la oferta, es decir:

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
7	60.735	39.744	20.991

De los 20.991 clientes identificados como demanda insatisfecha, nuestro restaurante captará a su vez un porcentaje, el mismo que se obtiene sobre la base de la capacidad de atención a clientes instalada y lo que la competencia nos permita captar, dicho cálculo lo realizamos así:

Se estima que estamos en capacidad de atender 90 clientes semanales, 360 mensuales y 4320 anuales, luego podemos establecer la siguiente regla de tres:

$$\begin{array}{r} 20.991 \\ 4.320 \end{array} \qquad \begin{array}{r} 100 \\ X = \frac{4320 \times 100}{20991} \\ X = 20.58\% \end{array}$$

Lo que significa que podríamos cubrir el 20.58% de la demanda insatisfecha, lo cual constituye nuestra demanda objetivo o meta o la participación del proyecto en la demanda insatisfecha.

Sobre la base del análisis anterior, podemos cuantificar y proyectar, la demanda insatisfecha (34.56% de la demanda) y la demanda objetivo o meta (20.58% de la demanda insatisfecha) cifras que se registran en el siguiente cuadro:

AÑO	DEMANDA (CLIENTES)	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO
8	63.276	21.868	4.500
9	65.817	22.746	4.681
10	68.358	23.625	4.862
11	70.898	24.502	5.043
12	73.439	25.381	5.223

Las cifras obtenidas en la columna "Demanda Objetivo", representa la cantidad de clientes potenciales que en el futuro estaría en capacidad de captar el restaurante objeto del presente estudio y que a su vez servirán de base para la proyección de las ventas.

CASO 2

Sobre la base de la demanda objetivo, obtenida en el ejercicio anterior y el precio de venta unitario obtenido, Proceder a la elaboración del pronóstico de ingresos, sobre la base de la fórmula:

$$\text{Ingresos Totales} = \text{Precio Unitario de Venta} \times \text{Cantidad}$$

Solución:

PRONOSTICO DE INGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	8	9	10	11	12
CANTIDAD (CLIENTES) DEMANDA OBJETIVO	4.500,00	4.681,00	4.862,00	5.043,00	5.223,00
PRECIO UNITARIO DE VENTA	230,86	230,86	230,86	230,86	230,86
TOTAL VENTAS	1.038.870,00	1.080.655,66	1.122.441,32	1.164.226,98	1.205.781,78

CASO 3

Una empresa competitiva, incurre en los siguientes costos totales (CT) para los diferentes niveles de producción o cantidad producida (Q) y venden su producto a un precio de 7 unidades monetarias.

CATIDAD PRODUCIDA Q	COSTOS TOTALES CT
0	50
10	120
20	150
30	170
40	190
50	230
60	260
70	300
80	400
90	600

Se pide:

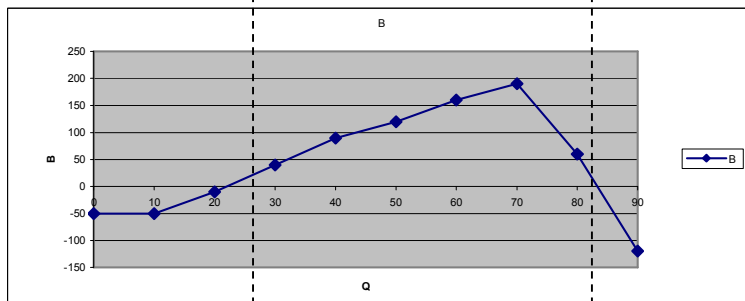
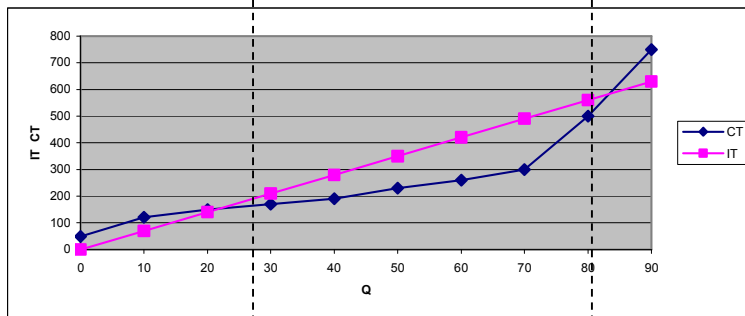
1. calcular los Costos Fijos (CF), Costos Variables (CV), Ingresos Totales (CT) y los beneficios o perdidas (B).
2. Representar gráficamente el Costo Total, Ingreso Total y beneficio

Solución:

Para resolver, lo primero que debemos tomar en cuenta, es que cuando la cantidad producida es cero, los Costos Fijos son iguales a los Costos Totales. En nuestro ejemplo, el costo total cuando $Q=0$ es de 50, por lo tanto, el Costo Fijo que es constante es también 50 para todos los niveles de cantidad. La siguiente tabla, contiene los resultados obtenidos aplicando las fórmulas correspondientes para el cálculo de las diferentes variables.

CANTIDAD PRODUCIDA Q	COSTO TOTAL CT=CF+CV	COSTOS FIJOS CF=CT-CV	COSTOS VARIABLES CV=CT-CF	INGRESO TOTAL IT=PxQ	BENEFICIO B=IT-CT
0	50	50	0	0	-50
10	120	50	70	70	-50
20	150	50	100	140	-10
30	170	50	120	210	40
40	190	50	140	280	90
50	230	50	180	350	120
60	260	50	210	420	160
70	300	50	250	490	190
80	500	50	450	560	60
90	750	50	700	630	-120

Representación Gráfica



CASO 4

Una empresa monopolista, se enfrenta en el mercado a una función demanda expresada como: $Q = 40 - P$ y un Costo Fijo = 50. Los Costos Variables para los diferentes niveles de cantidad producida son los siguientes:

Q CANTIDAD PRODUCIDA	CMeV COSTO UNITARIO VARIABLE
0	0
5	10
10	15
15	18
20	24
25	30
30	36

Se pide:

1. Calcular el costo variable (CV), el Costo Total (CT), el precio, el Ingreso Total y el beneficio o pérdida.
2. Representar gráficamente el Costo Total (CT), el Ingreso Total y el beneficio o pérdida

CANTIDAD PRODUCIDA Q	COSTO UNITARIO VARIABLE CMeV	COSTO FIJO CF	COSTO VARIABLE CV	COSTO TOTAL CT	PRECIO P	INGRESO TOTAL IT	BENEFICIO B
0	0	50	0	50	40	0	-50
5	10	50	50	100	35	175	75
10	15	50	150	200	30	300	100
15	18	50	270	350	25	375	55
20	24	50	480	530	20	400	-130
25	30	50	750	800	15	375	-425
35	36	50	1080	1130	10	300	-830

Procedimiento de cálculo

Para el cálculo del Costo variable, partimos de la fórmula de CMeV o Costo Unitario Variable.

$$CMeV = \frac{CV}{Q}$$

de donde:

$$CV = CMeV \times Q$$

Luego calculamos el Costo Variable (CV) para los diferentes niveles de cantidad producida (Q)

$$Q = 0$$

$$CV = 0 \times 0$$

$$CV = 0$$

$$Q = 5$$

$$CV = 10 \times 5$$

$$CV = 50$$

$$Q = 10$$

$$CV = 15 \times 10$$

$$CV = 150$$

$$Q = 15$$

$$CV = 18 \times 15$$

$$CV = 270$$

y así sucesivamente.

Para el cálculo del precio (P), partimos de la función de demanda $Q = 40 - P$

Despejamos P y nos queda: $P = 40 - Q$

Luego calculamos el precio para los diferentes niveles de Q

$$Q = 0$$

$$P = 40 - 0$$

$$P = 40$$

$$Q = 5$$

$$P = 40 - 5$$

$$P = 35$$

$$Q = 10$$

$$P = 40 - 10$$

$$P = 30$$

y así sucesivamente.

Para el cálculo del Ingreso Total (IT), partimos de la función de demanda $IT = P \times Q$.

$$Q = 0$$

$$IT = 40 \times 0$$

$$IT = 0$$

$$Q = 5$$

$$IT = 35 \times 5$$

$$IT = 175$$

$$Q = 10$$

$$IT = 30 \times 10$$

$$IT = 300$$

Y así sucesivamente.

Para el cálculo del beneficio, partimos de la fórmula:

$$B = IT - CT$$

$$Q = 0$$

$$B = 0 - 50$$

$$B = -50 \text{ pérdida}$$

$$Q = 5$$

$$B = 175 - 100$$

$$B = 75$$

$$Q = 10$$

$$B = 300 - 200$$

$$B = 100$$

$$Q = 15$$

$$B = 375 - 320$$

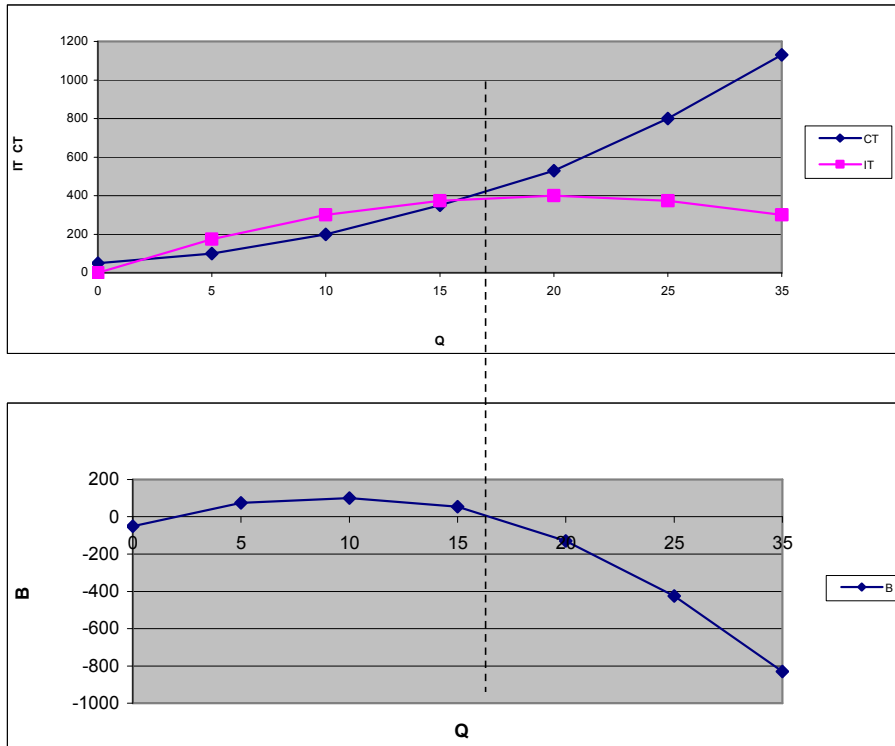
$$B = 55$$

$$Q = 20$$

$$B = 400 - 530$$

$$B = -130 \text{ pérdida} \quad \text{y así sucesivamente}$$

Representación gráfica:



CASO 5

En el desarrollo de esta parte, en la evaluación de las inversiones, se aplicaron ejercicios relacionados con el cálculo de: tasa de descuento o tasa mínima de rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el período de recuperación de la inversión (PRI) y la relación beneficio / costo (B/C). En consecuencia, resta la aplicación del cálculo del punto de equilibrio, el mismo lo realizamos a continuación:

No. 1

Una empresa de producción industrial opera con la siguiente estructura de precios, costos y gastos.

CLASE DE PRODUCTO	PRODUCCION Y VENTAS (UNIDADES)	MARGEN DE CONTRIBUCION %	PRECIO UNITARIO DE VENTA (VALOR)	VENTAS TOTALES (VALORES)
PRODUCTO A	12.000	30%	4.000	48.000.000
PRODUCTO B	8.000	50%	5.000	40.000.000
PRODUCTO C	18.000	25%	6.000	108.000.000
PRODUCTO D	24.000	20%	12.000	288.000.000
TOTAL	62.000			484.000.000

COSTOS Y GASTOS FIJOS	VALORES	BASES DE DISTRIBUCION
MANO DE OBRA	8.000.000	UNIDADES PRODUCIDAS
GASTOS DE FABRICA	10.000.000	VALORES DE VENTA DE LOS PRODUCTOS
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS	9.000.000	UNIDADES PRODUCIDAS

Los gastos de ventas variables, calcular el 5% de las ventas de cada producto.

Se pide:

1. Calcular la cuota de distribución de los costos y gastos fijos
2. Calcular el punto de equilibrio por producto individual
3. Calcular el punto de equilibrio para todos los productos en conjunto

Solución:

1. Costos y gastos fijos. Cuota de distribución

- a. Mano de obra

$$\text{Cuota de Distribución o reparto} = \frac{\text{mano de obra}}{\text{total unidades producidas}}$$

$$\text{Cuota de Distribución o reparto} = \frac{8.000.000}{62.000}$$

$$\text{Cuota de Distribución o reparto} = 129,03$$

- b. Gastos de Fábrica

$$\text{Cuota de Distribución o Reparto} = \frac{\text{gastos de fábrica}}{\text{valores de venta total}}$$

$$\text{Cuota de Distribución o Reparto} = \frac{10.000.000}{484.000.000}$$

$$\text{Cuota de Distribución o Reparto} = 0,02066115$$

c. Gastos Administrativos

$$\text{Cuota de Distribución o Reparto} = \frac{\text{gastos administrativos}}{\text{Total Unidades Producidas}}$$

$$\text{Cuota de Distribución o Reparto} = \frac{9.000.000}{62.000}$$

$$\text{Cuota de Distribución o Reparto} = 145,15$$

2. Punto de Equilibrio del Producto

PRODUCTO A

Costos y Gastos Fijos

a)

$$\text{Mano de Obra} = \left(\begin{array}{c} \text{número de unidades} \\ \text{producidas} \end{array} \right) \times \left(\begin{array}{c} \text{Cuota de} \\ \text{Distribución} \end{array} \right)$$

$$\text{Mano de Obra} = (12.000) \times (129.032)$$

$$\text{Mano de Obra} = 1.548.384$$

b)

$$\text{Gastos de Fabrica} = \left(\begin{array}{c} \text{Costos de Fabricación} \\ \text{y Venta} \end{array} \right) \times \left(\begin{array}{c} \text{Cuota de} \\ \text{Distribución} \end{array} \right)$$

$$\text{Gastos de Fabrica} = (48.000.000) \times (0,02066115)$$

$$\text{Gastos de Fabrica} = 991.736$$

c)

$$\text{Gastos Administrativos} = \left(\frac{\text{Número de Unidades}}{\text{Producidas}} \right) \times \left(\text{Cuota de Distribución} \right)$$

$$\text{Gastos Administrativos} = (12.000) \times (145,16)$$

$$\text{Gastos Administrativos} = 1.741.935$$

Se considera para este periodo de producción $a + b + c = 4.282.055$

Gastos de Venta Variables

Gastos de Venta Variables = 5% de las ventas de Producto A

$$\text{Gastos de Venta Variables} = 48.000.000 \times 0,05$$

$$\text{Gastos de Venta Variables} = 2.400.000$$

Cálculo de la Utilidad o Beneficio

VENTAS DE PRODUCTO	48.000.000,00
- COSTOS VARIABLES	-30.720.000,00
= MARGEN DE CONTRIBUCION (36%)	17.280.000,00 *
- GASTOS DE VENTA VARIABLES	-2.400.000,00
= MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL	14.880.000,00
- COSTOS Y GASTOS FIJOS	-4.282.055,00
= UTILIDAD	10.597.945,00

* Se calcula primero el margen de contribución y luego se obtiene los costos variables, restando de las ventas.

Cálculo del Punto de Equilibrio

Este punto se obtiene cuando el Ingreso Total (IT) = Costo Total (CT)

$$\text{IT} = \text{Precio (P)} \times \text{Cantidad (X)}$$

$$\text{CT} = \text{Costo Fijo (CF)} + \text{Costo Variable o}$$

CT = Costo Fijo (CF) + Costo Unitario Variable (CVu) x Cantidad (X)

Luego podemos plantear la siguiente igualdad

$$PX = a + bX$$

En donde:

P = Precio

X = Cantidad de equilibrio

a = Costo Fijo (CF)

b = Costo Unitario Variable o Costo Medio Variable (CVu)

Reemplazando tenemos:

$$4000X = 4.282.055 + 2.760X$$

$$4000X - 2760X = 4.282.055$$

$$1.240X = 4.282.055$$

$$X = \frac{4.282.055}{1.240}$$

$$X = 3.453 \text{ unidades}$$

Igual Valor de la cantidad de equilibrio se obtiene aplicando la fórmula señalada en el numera 9.1.5 de esta parte de la obra, es decir:

$$PE \text{ unidades} = \frac{\text{Costo Fijo (CF)}}{\text{Precio de Venta Unitario (PVu) - Costo Variable Unitario (CVu)}}$$

$$PE \text{ unidades} = \frac{4.282.055}{4.000 - 2.760}$$

$$PE \text{ unidades} = \frac{4.282.055}{1.240}$$

$$PE \text{ unidades} = 3.453 \text{ unidades}$$

Procedimiento que puede aplicarse para el resto de productos y para el conjunto de los mismos.

El cálculo del Costo Variable Unitario o Costo Medio Variable, se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Costo Variable Unitario (CVu)} = \frac{\text{Costos Variables} + \text{Gastos de Ventas Variables}}{\text{número o cantidades de unidades producidas}}$$

$$\text{Costo Variable Unitario (CVu)} = \frac{30.720.000 + 2.400.000}{12.000}$$

$$\text{Costo Variable Unitario (CVu)} = \frac{33.120.000}{12.000}$$

$$\text{Costo Variable Unitario (CVu)} = 2.760$$

Comprobación del Punto de equilibrio: IT = CT = Beneficio = 0

Ventas o Ingreso de equilibrio	=	3.453 x 4.000	=	13.813.081
- Costos Variables	=	3.453 x 2.760	=	-9.531.026
= Margen de Contribución	=			4.282.055
- Costo y Gastos Fijos	=			4.282.055
UTILIDAD	=			0

PRODUCTO B

Costos Fijos 3.019.964

a) Mano de obra	=	8.000 x 129,03	=	1.032.240
b) Gastos de Fabricación	=	40.000.000 x 145,16	=	826.444
c) Gastos Administrativos	=	8.000 x 145.16	=	1.161.280

Gastos de Venta Variables (5% ventas) 40.000.000 x 0,05 = 2.000.000

Cálculo de la Utilidad

Ventas	40.000.000
- Costos Variables	-20.000.000
= Margen de Contribución (50%)	20.000.000
- Gastos de Venta Variables	-2.000.000
= Margen de Contribución Total	18.000.000
- Costos Fijos	- 3.019.964
= Utilidad	<u>14.980.036</u>

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$IT = CT$$

$$PX = a + bx$$

$$5.000x = 3.019.964 + 2.750X$$

$$5.000 - 2.750 = 3.019.964$$

$$2.250X = 3.019.964$$

$$X = \frac{3.019.964}{2.250}$$

$$X = 1.342 \text{ unidades}$$

$$C.U.Var. = \frac{20.000.000 + 2.000.000}{8.000}$$

$$C.U.Var. = \frac{22.000.000}{8.000}$$

$$C.U.Var. = 2.750$$

Comprobación

Ventas 1.342 x 5.000	6.711.031
- Costos Variables 1.342 x 2.750	-3.691.067
= Margen de Contribución	3.019.964
- Costos Fijos	-3.019.964
= Utilidad	0

PRODUCTO C

Costos Fijos 7.166.824

a) Mano de obra	= 18.000 x 129,03	= 2.322.540
b) Gastos de Fabricación	= 108.000.000 x 0,02066115	= 2.231.404
c) Gastos Administrativos	= 18.000 x 145.16	= 2.612.880

Gastos de Venta Variables (5% ventas) 108.000.000 x 0,05 = 5.400.000

Cálculo de la Utilidad

Ventas	108.000.000
- Costos Variables	-81.000.000
= Margen de Contribución (25%)	27.000.000
- Gastos de Venta Variables	-5.000.000
= Margen de Contribución Total	21.600.000
- Costos Fijos	- 7.166.824
= Utilidad	<u>14.433.176</u>

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$IT = CT$$

$$PX = a + bx$$

$$6.000X = 7.166.824 + 4.800X$$

$$6.000X - 4.800X = 7.166.824$$

$$X = \frac{7.166.824}{1.200}$$

$$X = 5.972 \text{ unidades}$$

$$C.U.Var. = \frac{81.000.000 + 5.400.000}{18.000}$$

$$C.U.Var. = \frac{86.400.000}{18.000}$$

$$C.U.Var. = 4.800$$

Comprobación

Ventas 5.972 x 6.000	35.834.120
- Costos Variables 5.972 x 4.800	-28.667.296
= Margen de Contribución	7.166.824
- Costos Fijos	-7.166.824
= Utilidad	0

PRODUCTO D

Costos Fijos 12.530.971

a) Mano de obra	= 24.000 x 129,03	= 3.096.720
b) Gastos de Fabricación	= 288.000.000 x 0,02066115	= 5.950.411
c) Gastos Administrativos	= 24.000 x 145,16	= 3.483.840

Gastos de Venta Variables (5% ventas) 288.000.000 x 0,05 = 14.400.000

Cálculo de la Utilidad

Ventas	288.000.000
- Costos Variables	-230.000.000
= Margen de Contribución (20%)	57.600.000
- Gastos de Venta Variables	-14.400.000
= Margen de Contribución Total	43.200.000

- Costos Fijos	-12.530.971
= Utilidad	<u>30.669.029</u>

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$IT = CT$$

$$PX = a + bx$$

$$12.000X = 12.530.971 + 10.200X$$

$$12.000X - 10.200X = 12.530.971$$

$$1.800X = 12.530.971$$

$$X = \frac{12.530.971}{1.800}$$

$$X = 6.962 \text{ unidades}$$

$$C.U.Var. = \frac{230.400.000 + 14.400.000}{24.000}$$

$$C.U.Var. = \frac{244.800.000}{24.000}$$

$$C.U.Var. = 10.200$$

Comprobación

Ventas 6.962 x 12.000	83.539.807
- Costos Variables 6.962 x 10.200	-71.008.836
= Margen de Contribución	12.530.971
- Costos Fijos	-12.530.971
= Utilidad	

2. Calcular el punto de equilibrio para todos los productos en conjunto.

Costos Fijos	26.999.814
Producto A	4.282.055
Producto B	3.019.964
Producto C	7.166.824
Producto D	12.530.971

Gastos de ventas Variable (5% ventas) 484.000.000 x 0,05 = 24.200.000

Cálculo de la Utilidad

Ventas	484.000.000
-Costos Variables	-362.120.000

Producto A	30.720.000
Producto B	20.000.000
Producto C	81.000.000
Producto D	230.400.000
= Margen de contribución	121.880.000
- Gastos de Venta Variable (5% ventas)	-24.200.000
Margen de Contribución Total	97.680.000
- Costo Fijo	-26.999.814
= Utilidad	<u>70.680.186</u>

Cálculo del Punto de equilibrio

$$IT = CT$$

$$PX = a + bX$$

$$7.806,45X = 26.999.814 + 6.230,97X$$

$$7.806,45X - 6.230,97X = 26.999.814$$

$$1.575,43 = 26.999.814$$

$$X = \frac{26.999.814}{1.575,48}$$

$$X = 17.138 \text{ unidades}$$

$$P.U.V. = \frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Número de Unidades Vendidas}}$$

$$P.U.V. = \frac{484.000.000}{62.000}$$

$$P.U.V. = 7.806,45$$

$$C.U.Var. = \frac{362.120.000 + 24.200.000}{62.000}$$

$$C.U.Var. = \frac{386.320.000}{62.000}$$

$$C.U.Var. = 6.230,97$$

Comprobación

Ventas 17.138 x 7.806,45	133.783.163,2
- Costos Variables 17.138 x 6.230,97	-106.783.349,2
= Margen de Contribución	26.999.814
- Costos Fijos	26.999.814

= Utilidad

0

No. 2

Con base al desarrollo del ejercicio No. 1, calcular el punto de equilibrio en función de los valores en dinero de las ventas aplicado a todos los productos en conjunto.

Solución:

$$PE \text{ Ventas} = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{1 - \frac{\text{Costos Variables (CV)}}{\text{Ventas Totales (VT)}}$$

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

$$PE \text{ Ventas} = \frac{26.999.814}{1 - \frac{386.320.000}{484.000.000}}$$

$$PE \text{ Ventas} = \frac{26.999.814}{1 - 0,7981818}$$

$$PE \text{ Ventas} = \frac{26.999.814}{0,202}$$

$$PE \text{ Ventas} = 133.783.163,2$$

Comprobación:

$$IT = CT$$

$$PUV \times Cantidad (X) = CF + CVu \times Cantidad (X)$$

$$7.806,45 \times 17.138 = 26.999.814 + 6.230,97 \times 17.138$$

$$133.783.163,2 = 26.999.814 + 106.783.349,2$$

$$133.783.163,2 = 133.783.163,2$$

$$UTILIDAD = 0$$

CASO 6

Para la aplicación de un estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, seleccionamos como ejemplo un proyecto de una Agencia de Turismo de forma resumida, pues un estudio completo, significaría un volumen igual o mayor a la obra presentada.

ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA AGENCIA DE TURISMO "XYZ".



Ecuador indudablemente está incluido entre las opciones más interesantes para ser visitado.

Solo imaginemos que poseemos todas las regiones en un solo país; el Archipiélago de Galápagos, la Costa del Pacífico, la Cordillera de los Andes y la Cuenca Amazónica, paisajes de cumbres andinas, bosques secos tropicales y bosques lluviosos, páramos y volcanes, nevados, lagos y bosques de manglar



Sin embargo, no existe una política de desarrollo del turismo ordenada y planificada, que busque simultáneamente la conservación, protección y desarrollo de las especies naturales y aseguren la tranquilidad y bienestar del turista durante su estadía en el país.

Así mismo, existe una concentración de la infraestructura turística, circunstancia que determina una subutilización de los recursos naturales y turísticos del resto del país y una desigualdad de oportunidades.

Por otro lado, existe un elevado índice de desempleo, lo que determina bajos niveles de ingresos y migración.

Cuadro No. 1
Índices de Desocupación y Subocupación Total
Cuenca, Guayaquil y Quito

AÑO	DESOCUPACIÓN TOTAL	SUBOCUPACION TOTAL
2009	8,65	32,86
2010	9,10	43,32
2011	10,97	39,11
2012	10,71	47,34
2013	10,14	47,55
2014	8,78	43,61
2015	6,91	50,65
2016	8,48	51,44

Fuente: Indicadores de coyuntura del mercado laboral ecuatoriano.
Boletín de información estadística del Banco Central del Ecuador. Abril 2017.

OBJETIVO GENERAL

Determinar alternativas de solución para el desarrollo de nuevas actividades económicas y mejoramiento de las existentes en materia de turismo receptivo e interno a través de la formulación y puesta en marcha de empresas de desarrollo turístico, que aporten positivamente al desarrollo económico local, provincial y nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un estudio que viabilice la posibilidad de establecer una empresa de turismo, localizada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, que brinde servicios especializados y diferentes a los de la competencia, a través de la oferta de paquetes turísticos a nivel nacional.

Contribuir a desconcentrar las actividades turísticas, brindando un servicio eficiente que satisfaga las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros y al mismo tiempo obtener una rentabilidad adecuada.

Aportar a la difusión del turismo ecológico, en base a la inclusión de actividades de ecoturismo, turismo cultural en las diferentes regiones del país, a nivel continental, como parte de la programación de los diferentes paquetes turísticos que se ofrecerán al futuro cliente.

Contribuir a solucionar el problema del desempleo, generando fuentes de trabajo en forma directa e indirecta.

GENERACIÓN DE DIVISAS.

El turismo representa la tercera fuerza de la Economía como generador de divisas

Cuadro No. 2
Balanza de Pagos – Cuenta Viajes

2009	447,20	4,00
2010	406,40	-9,00
2011	462,50	13,80
2012	485,80	5,00
2013	489,90	0,80
2014	623,40	27,30
2015	741,80	19,00
2016	663,40	-10,60

FUENTE: Boletín de Información Estadística. Banco Central del Ecuador, abril 2017.

Clases de Turismo

EL TURISMO EXTRANJERO O RECEPTIVO

Hay turismo extranjero cuando los habitantes de un país traspasan los límites para internarse en otro. Con fines estadísticos, al nacional que reside en el exterior, cuando visita en su propio país se le incluye entre las cifras del turismo extranjero.

El turismo receptivo tiene predominantes ventajas para el país receptor, ya que cada dólar que gasta un turista en una zona turística por lo menos el 25% queda en la economía local, produciéndose un efecto multiplicador e incrementando el efecto definitivo de las erogaciones de los turistas en los hoteles, restaurantes, tiendas, etc. En consecuencia, se realiza un ingreso de divisas para el país receptor.

EL TURISMO EMISIVO

Es el desplazamiento de los residentes de un país que viajan a otro, por diferentes motivos: turismo, estudios, negocios, gira cultural, asistencia médica, desde el punto de vista económico sus efectos son similares al de las importaciones de bienes y servicios, ya que el turista realiza compras, paga a

proveedores de servicios, obligaciones financieras y un sinnúmero de pagos por consumo del exterior, por lo tanto se produce salida de divisas.

EL TURISMO INTERNO

Se dice que es turismo interno cuando lo practican los habitantes de un país, dentro de los límites de su propio territorio.

Los desplazamientos más considerables acaecen durante las vacaciones, feriados y los fines de semana, hacia el mar o la montaña, hacia todos aquellos lugares de su preferencia. El tipo y la duración sólo están limitados al tiempo y al presupuesto de que disponen para visitar el sitio seleccionado.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA TURÍSTICA BÁSICA

Es considerada como el conjunto de órganos administrativos públicos y privados que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística, esta estructura está constituida de la siguiente manera:

- Ministerio de Turismo.
- La Corporación Ecuatoriana de Turismo.
- Cámaras Provinciales de Turismo y su Federación.

Con la participación de los siguientes organismos de derecho privado vinculados al desarrollo del turismo, se han realizado varios eventos de difusión y talleres con el objeto de definir políticas para el sector con una visión de futuro:

Asociación Hotelera del Ecuador (AHOTEC)
Asociación de Agencias de Viajes (ASECUT)
Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC)
Asociación de Operadores Turísticos de Galápagos (ASOGAL)
Asociación de Viajes Mayoristas (ASOMATUR)
Asociación Nacional de Restaurantes (ASONARES)
Asociación de representantes de Líneas Áreas (ARLAE).

* Actualmente incorporada al Ministerio de Turismo.

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, reconoce el derecho de todo hombre al cambio de residencia y de trabajo, al desplazamiento y a los viajes. El turismo es considerado en la Carta de la Organización de las Naciones Unidas como uno de los inalienables derechos del hombre.

El conjunto de estos desplazamientos entre diferentes zonas geográficas (países, regiones, ciudades, etc.) genera una serie de actividades económicas en una estructura de mercado constituida por un lado por la oferta (recurso turísticos e infraestructura para prestar esos servicios) y por otra por la demanda de esos servicios turísticos (alojamiento, transporte, manutención, etc.) por parte de los clientes que pueden desplazarse individualmente o en grupos.

PROPUESTA ESPECÍFICA

PROYECTO DE DESARROLLO TURISTICO: Organización y puesta en marcha de una Agencia de Turismo "XYZ".

La presente investigación se orienta hacia la definición de un estudio de factibilidad para la implementación y ejecución de una agencia de turismo, vinculada al sector de servicios, ubicada en la ciudad de Quito, pero con una cobertura nacional en cuanto a la oferta de paquetes turísticos en los 4 "clúster" identificados por el Ministerio de Turismo para el Ecuador Continental, se excluye el cluster No. 5 correspondiente a Galápagos.

El mecanismo de operación de la agencia será la intermediación en base a las comisiones que se pagarán a los administradores de la infraestructura existente en las principales ciudades del país y las comisiones que la agencia cobrará a los administradores de las instituciones de alojamiento y desarrollo turístico que formen parte de los paquetes turísticos.

La idea de establecer la agencia de turismo, nace de la iniciativa para brindar un servicio eficiente y diferenciado de la competencia, poniendo énfasis en la calidad, seguridad y precio y orientado fundamentalmente hacia la satisfacción de las necesidades de los clientes extranjeros y nacionales de clase media y alta, así como también con el objeto de obtener una rentabilidad para la empresa y generar empleo en forma directa e indirecta.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS: Natural defensa que tiene un lugar o puesto en su misma situación.

- El turismo está considerado como efecto multiplicador de la economía y generador de fuentes de empleo.
- Ventajas de recorrer el país en tramos cortos de tiempo.
- Quito constituye un atractivo turístico natural y mundial y centro de actividad comercial y público.
- Bajos costos en los servicios y productos.

- Apertura de los gobiernos locales y del gobierno nacional para el desarrollo del sector.
- Oferta de productos artesanales y comercialización directa.
- Variedad de productos gastronómicos
- Hospitalidad de la ciudadanía
- Fomento de la microempresa
- Mano de obra barata y predisposición al trabajo comunitario.

OPORTUNIDADES: Coyuntura, conveniencia de tiempo y lugar.

- Áreas Naturales y Mega diversidad Faunística, Ecología y cultura, únicas en el mundo.
- Declaración de patrimonio natural y cultural de la humanidad a: Galápagos, Quito y Cuenca.
- Valioso patrimonio artístico conservado en museos, galerías, conventos e iglesias.
- Vestigios y ruinas arqueológicas de importancia.
- Clima relativamente estable
- Multiplicidad étnica y riqueza costumbrista
- Mercado orientado al turismo receptivo
- Dolarización
- Interés de los turistas por lugares naturales y culturales
- Estrecha relación con los países vecinos de Colombia y Perú.
- Apoyo político
- Aumento de mercados emisores
- Áreas protegidas y bosques primarios cercanos.

DEBILIDADES: Falta de vigor o carencia de energía en las cualidades o resoluciones del ánimo.

- Débil imagen turística del Ecuador y Quito a nivel internacional
- Identificación de Galápagos sin relación con Ecuador

- Políticas recientes del gobierno sobre el sector turístico
- Falta de una cultura turística
- Escasa asignación fiscal para fomento del sector
- Excesivos impuestos y trámites para los turistas extranjeros
- Destrucción o descuido de playas y áreas naturales
- Infraestructura insuficiente en el plano nacional
- Escasez de paquetes turísticos promocionales
- Falta de capacitación especializada para personal involucrado en el sector.
- Falta de coordinación entre sector público y privado para apoyo al sector.
- Diferenciación de tarifas de alojamiento entre el turista nacional y el extranjero
- Falta de ética profesional en la dotación de los servicios
- Falta de tecnología apropiada en el plano nacional
- Escasa planta turística con servicios de calidad
- Evaluación de los recursos turísticos

AMENAZAS: Indicios de una inminente cosa mala o desagradable anunciarla o presagiarla.

- Alta competencia internacional por captar el turismo externo
- Relativa inestabilidad política, económica y social del país.
- Pérdida de competitividad internacional por falta de políticas gubernamentales con respecto al sector turístico.
- Débil imagen nacional para la inversión extranjera
- Distorsión de la información sobre la erupción del volcán Tungurahua.
- Indicios de impacto ambiental en el archipiélago de Galápagos
- Alta contaminación ambiental en las principales ciudades del País
- Áreas destruidas del bosque húmedo en la región amazónica

- Potenciales daños al ecosistema de las áreas naturales protegidas, al desarrollar actividades sin control y monitoreo permanente
- Afectaciones por el fenómeno del niño
- Inseguridad pública
- Bajo nivel educativo
- Insalubridad
- Corrupción
- Falta de liberación de los mercados
- Inseguridad jurídica

CUADRO No. 3

Demanda Objetivo de Turistas Extranjeros (Demanda Histórica)

ANOS	INGRESO DE EXTRANJEROS JEFATURA DE MIGRACIÓN QUITO	DEMANDA OBJETIVO
2008	254.623	509
2009	271.476	543
2010	303.030	606
2011	325.545	651
2012	342.162	684
2013	348.181	696
2014	354.306	709
2015	364.082	728
2016	374.128	748

Fuente: Anuario de Migración Internacional - INEC

CUADRO No. 4

Demanda Objetivo de Turistas Nacionales (Demanda Histórica)

X AÑOS	Y	
	TOTAL 100% PEA QUITO	0,05% DEMANDA OBJETIVO
2012	770.878	385
2013	794.690	397
2014	819.237	410
2015	844.542	422
2016	870.629	435

Fuente: Encuesta Nacional y Provincial de Empleo, Desempleo y Subempleo - INEC.

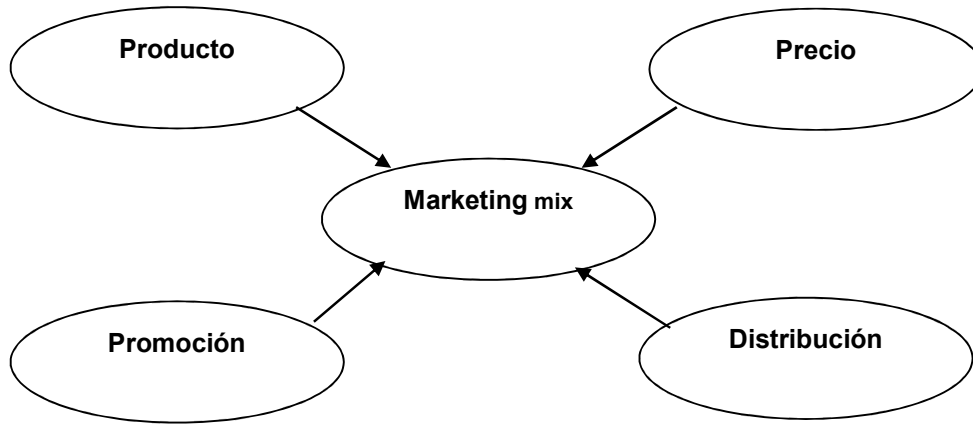
CUADRO No. 5

Demanda Objetivo de Turistas Extranjeros y Nacionales (Demanda Proyectada)

X AÑOS	Y	
	0,20%	0,05%
	DEMANDA OBJETIVO INGRESO DE EXTRANJEROS JEFATURA QUITO	DEMANDA OBJETIVO PEA QUITO
2017	769	448
2018	791	461
2019	814	474
2020	838	487
2021	863	500
2022	889	513

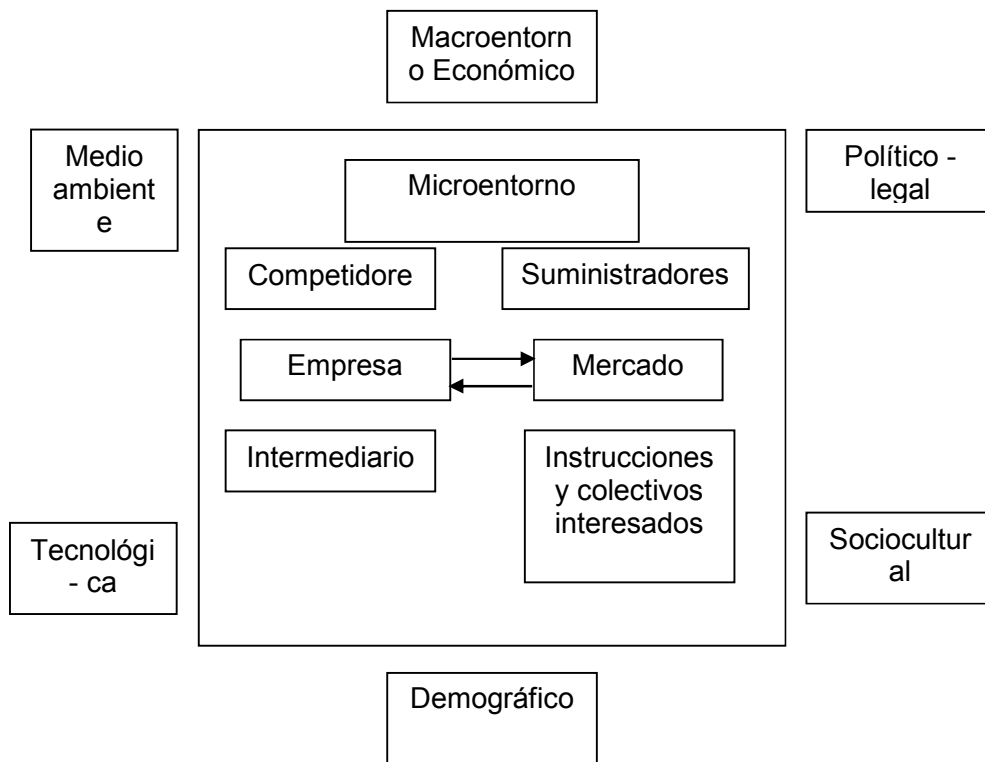
Fuente: Anuario de Migración Internacional y Encuesta Nacional y Provincial de Empleo, Desempleo y Subempleo.

Figura No. 1
El Marketing Mix



MACROENTORNO Y MICROENTORNO

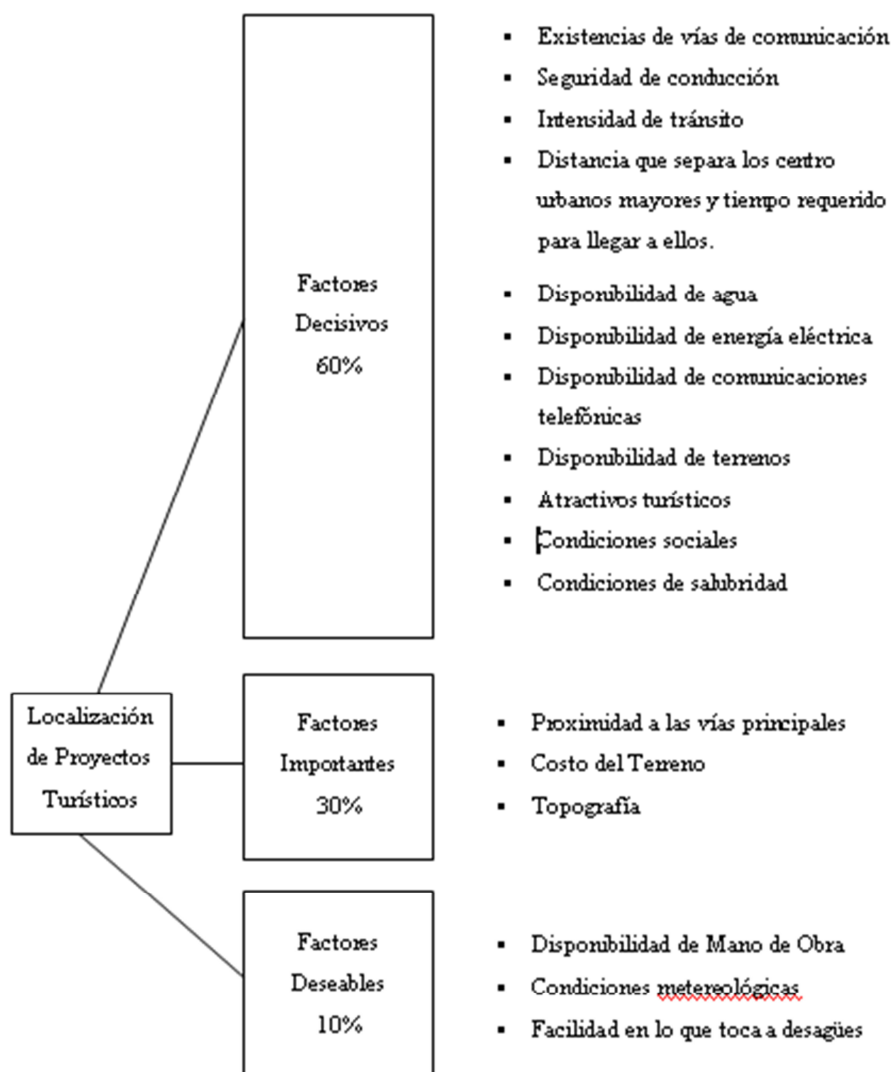
Figura No. 2



CUADRO No. 6
Clasificación de Turista Objetivo

CLASIFICACION	PERFIL		
	EDAD (años)	NIVEL ECONÓMICO	CARACTERISTICAS PRINCIPALES
TURISTA TIPO A	40 o más	medio - alto	Básicamente extranjeros
TURISTA TIPO B	20 - 40	medio - bajo	Jóvenes extranjeros y nacionales
TURISTA TIPO C	10 - 20	medio - bajo	Estudiantes en paseos de fin de año
TURISTA TIPO D	10 - 50	medio - bajo	Turistas nacionales y grupos familiares.

ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO
Figura No. 3



INGENIERÍA DEL PROYECTO EL PRODUCTO – SERVICIO

Las decisiones sobre el producto – servicio incluyen, entre otras, el diseño y puesta en marcha de acciones y políticas, fundamentalmente relativas a:

- a) La cartera de productos – servicios
- b) La diferenciación del producto – servicio

CLUSTERS DEL ECUADOR

Como parte del “Plan de Competitividad Turística del Ecuador” elaborado por el Ministerio de Turismo en el año 1999, con la asistencia técnica de la Organización Mundial de Turismo (OMT) se definieron 5 clúster agrupando dentro de cada uno de ellos un conjunto de lugares que actúan coordinadamente en función de las estrategias de mejoramiento de la oferta turística, ya sea para el turismo receptivo o para el interno, estos son:

- 1. Andes Centro – Norte** con micro clúster: Quito.
- 2. Litoral** con micro clúster: Guayaquil y núcleos: Península, Manabí y Esmeraldas.
- 3. Austro** con micro clúster: Cuenca y núcleo: Loja.
- 4. Amazonía** con núcleos: Tena – Puyo y Yasuní – Cuyabeno.
- 5. Galápagos** con núcleos: Santa Cruz y San Cristóbal

PAQUETES OFERTADOS

QUITO COLONIAL, MITAD DEL MUNDO, TELEFERICO



INCLUYE: Transporte privado desde su hotel, recorridos y regreso a su hotel.

Almuerzo, Entradas a museos, iglesias, teleférico y sitios turísticos.

PRECIO: USD 50.00 Todo Incluido.

TOUR DE UN DÍA A MINDO



INCLUYE: Transporte privado de su hotel a su hotel.
Guía hablando inglés.

Entradas:

- Museo Intiñan: 3 USD
- Tarabita y cascadas: 5 USD
- Mariposario: 3 USD
- Tubing: 4 USD

PRECIO: 55 USD por persona.

Posibilidad de hacer un tour

de 2 días con más actividades

(observación de aves,

bicicleta):

100 USD.

RESERVA CUYABENO



LUGAR: CUYABENO

DISTANCIA: 346 Km . de Quito a la Reserva

GRUPO: Mínimo 5 personas - el Máximo 12 personas

INCLUYE: Transporte (autobús y Canoa), comida, alojamiento, equipo (poncho de lluvia, botas de caucho) y Guía Naturalista con las habilidades del idioma inglés.

TIEMPO: Mínimo 4 días - Máximo 7 días

PRECIO: USD 50 Diarios

ECUADOR – 15 DÍAS



INCLUYE:

- Hoteles (clase turista)
- Comidas
- Bebidas
- Guía hablando inglés
- Transporte Terrestre

NO INCLUYE:

Entrada a Parques Nacionales (10 USD Cotopaxi; 2 USD Quilotoa; 10 USD; Ingapirca 3USD; 10 USD Cajas; 10USD Machalilla (Isla de la Plata, Los Frailes, Aguas Blancas)
Entrada museos
Piscinas Aguas Termales en baños (2 USD)
Bebidas alcohólicas y cosas no especificadas en el programa
Ticket aéreo de Manta a Quito

GRUPO: Mínimo 4 personas

PRECIO: USD 50 Diarios

POLITICA DE PRECIOS

El precio es una variable de marketing que tiene una importancia fundamental, pero esto es especialmente cierto en el caso de las empresas turísticas. Sin embargo de lo anotado, podemos identificar otros criterios básicos para fijar el precio: costo, valor percibido del servicio por el consumidor y por la competencia, sobre los cuales la empresa fijó los precios que bajo el sistema todo incluido se especifican en los diferentes paquetes turísticos.

POLITICA DE PROMOCIÓN

Para muchas empresas, marketing es promoción, porque la promoción es la faceta más visible del marketing. La promoción supone, fundamentalmente: comunicación, transmisión de información del vendedor (la empresa turística) al potencial comprador (el cliente o turista).

Las empresas y organizaciones turísticas utilizan básicamente los mismos instrumentos promocionales que los demás sectores de la actividad económica. Existen sin embargo algunos aspectos un tanto específicos que serán utilizados por nuestra empresa, los mismos los incluimos a continuación:

Publicidad	Inserción de anuncios en diversos medios de comunicación de masas: televisión, prensa, revistas, radio, cine, publicidad exterior...Inclusión de anuncios en libros y guías turísticas, folletos y páginas web de otras instituciones y operadores turísticos
Relaciones Públicas	Conjunto de acciones tendientes a conseguir la difusión, a través de los distintos medios de comunicación, de buena propaganda, es decir, de informaciones favorables para la empresa o destino y sus productos o servicios de forma gratuita. Conjunto de acciones tendientes a mantener buenas relaciones o tratar de influir sobre las decisiones de determinados entes públicos o colectivos.
Promociones de Ventas	Conjunto de acciones que, mediante diversos estímulos, tratan de incrementar la demanda a corto plazo. Pueden ir dirigidas a los intermediarios, vendedores propios, consumidores o prescriptores.
Venta Personal	Conjunto de acciones promocionales y de estímulo a las ventas llevadas a cabo por equipo de vendedores. Cuando no se trata de venta directa al público, las acciones de venta personal están dirigidas, básicamente, a los distribuidores intermediarios.
Ferias Turísticas	Encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y lugar. Sirven para presentar y promocionar la oferta comercial de empresas y destinos a intermediarios, prescriptores y público en general. Su máxima utilidad consiste en el establecimiento o mantenimiento de contactos personales entre los distintos operadores del sector.
Patrocinio	Financiación (u otro tipo de ayuda material) a determinadas actividades y eventos, con la finalidad de obtener efectos positivos sobre la imagen y/o estimular la demanda entre públicos objetivo seleccionados.
Folletos y Catalogos	Material impreso de carácter promocional dirigido a intermediarios y consumidor final.
PLV y Merchandising	Conjunto de Materiales, (Pósters y otros displays) que puedan contribuir a realizar publicidad en el lugar de venta (PLV). Acciones tendientes a conseguir la adecuada exposición al público de dichos materiales, así como de los folletos y catálogos.
Mailings y distribución directa domiciliaria	Envío de material promocional (folletos, catálogos...)por correo personalizado. Distribución de dicho material de forma directa en los domicilios de áreas seleccionadas en función de características de los residentes.
Viajes de familiarización	Viajes gratuitos y estancias en los destinos e instalaciones de la empresa. Utilizados para tratar de influir positivamente sobre intermediarios y periodistas o líderes de opinión.
Promoción Telemática	Canales informáticos a través de los cuales el intermediario o el consumidor final puede tener acceso a información sobre nuestro destino o nuestros productos.

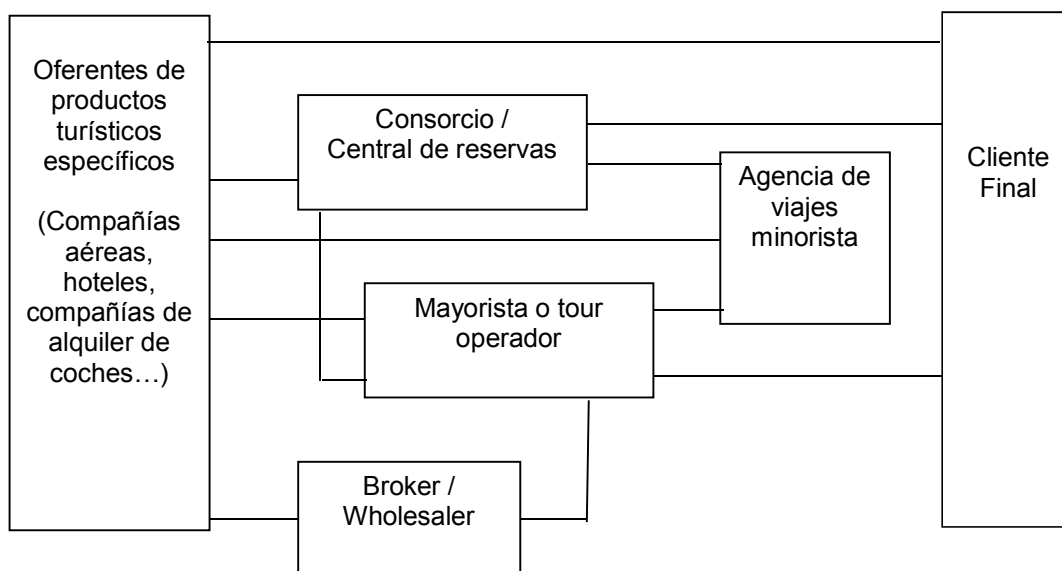
POLITICA DE DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO

La función básica de la distribución, como instrumento del marketing en turismo, es incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relativa a nuestro servicio, así como facilitarle de alguna manera que pueda efectuar reservas por adelantado.

La Figura No. 5 ilustra los canales de distribución más habituales en turismo. Se trata por supuesto de una simplificación, puesto que, en la práctica el abanico de posibles intermediarios es mucho más amplio.

Figura No. 5

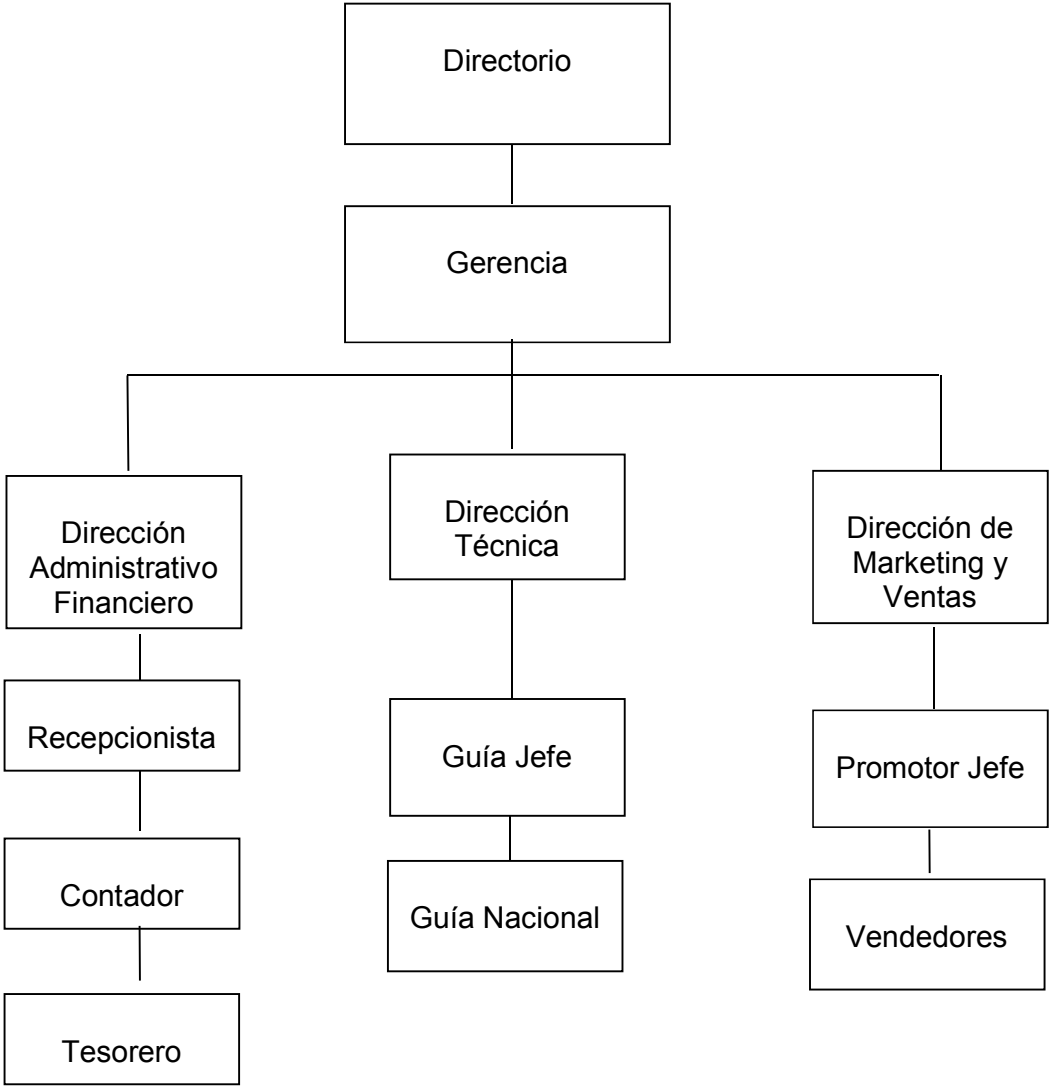
Principales canales de distribución en turismo



CUADRO No. 7
Requerimientos de Personal

PUESTO O CARGO	No. DE PERSONAS	TIEMPO DE DEDICACION
Gerente	1	Completo
Recepcionista	1	Completo
Contador	1	Medio
Tesorero	1	Completo
Guías	2	Completo
Promotor	1	Completo
Conserje	1	Completo

Figura No. 6
Organigrama Estructural



CUADRO No. 8
ESTUDIO FINANCIERO

CONCEPTO	EXISTENTE	NUEVA	TOTAL
1 INVERSIÓN			
1,1 ACTIVOS FIJOS			
Vehículo	20.000,00		20.000,00
Remolque	1.000,00		1.000,00
Mobiliario y equipo		4140	4.140,00
Instalaciones de Equipos		100	100,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	21.000,00	4240	25.240,00
1,2 ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudio de Factibilidad		1000	1.000,00
Gastos de Constitución		1800	1.800,00
Patentes y Licencias		250	250,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		3050	3.050,00
1,3 CAPITAL DE TRABAJO		5000	5.000,00
TOTAL INVERSION	21.000,00	12290	33.290,00
2 FINANCIAMIENTO			
2,1 Capital Propio	21.000,00	8150	29.150,00
2,1 Prestamos Proveedores		4140	4.140,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	21.000,00	12290	33.290,00

CUADRO No. 9
Calendario de Inversiones
(Cifras en dólares americanos)

INVERSIONES	INSATANCIAS O MOMENTOS DE TIEMPO (Meses)									
				-6	-5	-4	-3	-2	-1	0
ACTIVOS FIJOS										
Vehículo				20000						20000
Remolque				1000						1000
Mobiliario y Equipos									4140	4140
Instalación de equipos									100	100
TOTAL ACTIVOS FIJOS										25240
ACTIVOS DIFERIDOS										
Estudio de Factibilidad						1000				1000
Gastos de Constitución								1800		1800
Patentes y Licencias								250		250
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS										3050
CAPITAL DE TRABAJO									5000	5000
Elaboración: El Autor										

CUADRO No. 10
Depreciación y Amortización de la Inversión Fija y Diferida
(Cifras en dólares americanos)

CONCEPTO	INVERSION INICIAL	TASA DE DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION / AMORTIZACION ANUAL		VALOR EN LIBROS AL FINALIZAR EL PERIODO
			1	2	
DEPRECIACION					
VEHÍCULO	20.000	20,00%	4.000	4.000	
REMOLQUE	1.000	20,00%	200	200	
MOBILIARIO Y EQUIPO	2.040	10,00%	204	204	1.020
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.200	33,33%	733	-	
TOTAL DEPRECIACION	25.240		5.137	4.404	1.020
AMORTIZACION					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	1.000	20,00%	200	200	
GASTOS DE CONSTITUCION	1.800	20,00%	360	360	
PATENTES Y LICENCIAS	250	20,00%	50	50	
TOTAL AMORTIZACION	3.050		610	610	
DEPRECIACION + AMORTIZACION	28.290		5.747	5.014	1.020

CUADRO No. 11
Pronostico de Ingresos por Venta de Paquetes Turísticos
(Cifras en dólares americanos)

CONCEPTO	AÑOS				
	3	4	5	6	7
Turistas Extranjeros					
demanda Objetivo	791	814	8	863	889
Turistas Nacionales					
demanda Objetivo	461	474	487	500	513
Tarifa Promedio por paquete					
turistas extranjeros	191,403	196,069	200,000	203,708	206,749
Tarifa Promedio por paquete					
turistas nacionales	87,852	87,342	86,858	86,6	86,160
Ventas por paquetes					
turistas extranjeros	151.400	159.600	167.600	175.800	183.800
Ventas por paquetes					
turistas nacionales	40.500	41.400	42.300	43.300	44.200
Total ingresos por ventas de paquetes turísticos	191.900	201.000	209.900	219.100	228.000
Comisiones Ganadas	20.000	20.600	21.400	22.300	23.200
Total Ingresos	211.900	221.600	231.300	241.400	251.200

CUADRO No. 12
Estado Proforma de Perdidas Y Ganancias
(Cifras en dólares americanos)

CONCEPTO	AÑOS				
	3	4	5	6	7
VENTAS NETAS	211.900,00	221.600,00	231.300,00	241.400,00	251.200,00
VENTAS DE PAQUETES TURISTICOS	191.900	201.000	209.900	219.100	228.000
COMISIONES GANADAS	20.000	20.600	21.400	22.300	23.200
- COSTOS Y GASTO DE VENTA	115.140	120.600	125.940	131.460	136.800
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	96.760	101.000	105.360	109.940	114.400
- COSTOS DE OPERACIÓN	31.467	32.497	33.567	33.947	35.105
MATERIALES E INSUMOS	1.500	1.560	1.622	1.687	1.754
PERSONAL DE SERVICIO	2.800	2.912	3.028	3.149	3.275
GUIAS DE TURISMO	14.000	14.560	15.142	15.748	16.378
ARRIENDOS	3.000	3.120	3.245	3.375	3.510
ENERGÍA ELECTRICA	600	624	649	675	702
AGUA POTABLE	240	250	260	270	281
TELEFONO	600	624	649	675	702
INTERNET	480	500	520	541	563
MANTENIMIENTO	1.000	1.040	1.082	1.125	1.170
SEGUROS	1.000	1.040	1.082	1.125	1.170
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	5.747	5.747	5.747	5.014	5.014
VARIOS	500	520	541	563	586
= UTILIDAD OPERACIONAL	65.293	68.503	71.793	75.993	79.295
- GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES	34.900	36.296	37.748	39.259	40.830
PERSONAL ADMINISTRATIVO	33.600	34.944	36.342	37.796	39.308
SUMINISTROS DE OFICINA	500	520	541	563	586
IMPUESTOS MUNICIPALES	500	520	541	563	586
GASTOS GENERALES	300	312	324	337	350
- GASTOS FINANCIEROS	497	-	-	-	-
INTERESES DE LA DEUDA	497				
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION TRABAJADORES	29.896	32.207	34.045	36.734	38.465
- PARTICIPACION TRABAJADORES 15%	4.484	4.831	5.107	5.510	5.570
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA	25.412	27.376	28.938	31.224	32.695
- IMPUESTO RENTA 25%	- 6.353	- 6.844	- 7.235	- 7.806	- 8.174
= UTILIDAD NETA	19.059	20.532	21.703	23.418	24.521

CUADRO No. 13
Flujo de Fondos Proyectado
(Cifras en dólares americanos)

CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
A. FLUJO DE BENEFICIOS						
1. Ventas		211.900	221.600	231.300	241.400	251.200
2. Valor Residual A. Fijos						1.020
3. Recup. Capital Trabajo						5.000
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS	-	211.900	221.600	231.300	241.400	257.220
B. FLUJO DE COSTOS						
1. Costos Operativos *		25.720	26.750	27.820	28.933	30.091
2. Gastos Administ. Y Generales		34.900	36.298	37.748	39.259	40.830
3. Gastos Financieros		497				
4. Costos y Gastos de Ventas		115.140	120.600	125.940	131.460	136.800
5. Inv. Activos Fijos	25.240					
6. Inv. Activos Diferidos	3.050					
7. Inv. Capital de Trabajo	5.000					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	33.290	176.257	183.648	191.508	199.652	207.721
FLUJO FON. ECONOMICO (A-B)	- 33.290	35.643	37.952	39.792	41.748	49.499
MAS:						
1. Crédito	4.140					
MENOS:						
2. Amortización de deuda		4.140				
3. 15% Trabajadores		4.484	4.831	5.107	5.510	5.770
4. 25% Impuesto a la Renta		6.353	6.844	7.235	7.806	8.174
FLUJO FOND. FINANCIERO	- 29.150	20.666	26.277	27.450	28.432	35.555
		TIR E	110%	TIR F	79%	
		VAN E	85.821	VAN F	50.205	
		TASA DE DESCUENTO		20%		

* No incluye depreciación de activos fijos ni amortización de activos diferidos.

CUADRO No. 14
Estado Proforma de Situación
(Cifras en dólares americanos)

CONCEPTO/AÑOS	3	4	5	6	7
A. FLUJO DE BENEFICIOS					
Caja y Bancos	20.666	26.277	27.450	28.432	35.555
Inv. Suministros y Materiales	300	312	324	337	350
TOTAL ACTIVO CORREINTE	20.966	26.589	27.774	28.769	35.905
ACTIVO FIJO					
Vehículo	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Remolque	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Mobiliario y Equipo	4.240	4.240	4.240	4.240	4.240
SUBTOTAL	25.240	25.240	25.240	25.240	25.240
- Depreciaciones	5.137	10.274	15.411	19.815	24.220
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	20.103	14.966	9.829	5.425	1.020
ACTIVO DIFERIDO					
Estudio de Factibilidad	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Gastos de Constitución	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Patentes y Licencias	250	250	250	250	250
SUBTOTAL	3.050	3.050	3.050	3.050	3.050
Amortizaciones	610	1.220	1.830	2.440	3.050
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	2.440	1.830	1.220	610	
TOTAL ACTIVOS	43.509	43.385	38.823	34.804	36.925
TOTAL PASIVOS					
PATRIMONIO					
Capital Social Pagado	24.450	22.853	17.120	11.306	12.404
Utilidad Neta	19.059	20.532	21.703	23.418	24.521
TOTAL PATRIMONIO	43.509	43.385	38.823	34.804	36.925
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	43.509	43.385	38.823	34.804	36.925

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El cálculo del VAN para el período de 5 años se realiza de la siguiente manera:

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_{n-1}}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

donde:

P = Inversión inicial

FNE = Flujo Neto de Efectivo

i = Tasa de descuento (TMAR) = 20%

n = 5.

Para efectos de aplicación de la fórmula tomamos los datos correspondientes al flujo fondos financieros.

$$VAN = -29150 + \frac{20666}{(1+0.2)^1} + \frac{26277}{(1+0.2)^2} + \frac{27450}{(1+0.2)^3} + \frac{28432}{(1+0.2)^4} + \frac{35555}{(1+0.2)^5}$$

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Para saber exactamente cuál es el rendimiento anual sobre la inversión se calcula la TIR cuya determinación se la realiza haciendo el VAN = 0 y dejando a la (i) o tasa de descuento como incógnita.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Se sostiene que la TIR es aquella en la cual el VAN = 0, es decir donde los ingresos netos y egresos de inversión se igualan en sus valores actualizados, del mismo modo que en caso del VAN, sobre la base de la información contenida en el, Flujo de Fondos Proyectos, mediante el uso del computador obtenemos los siguientes resultados.

TIR ECONOMICO (TIRE) = 110%

TIR FINANICERO (TIRF) = 79%

Como conclusión, la TIR (79%) es mayor que la TMAR (20%) razón por lo que debe aceptarse la inversión, es decir como el rendimiento es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente aceptable.

CUADRO No. 15
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)
(Cifras en dólares americanos)

AÑOS	FNE (FLUJO NETO EFECTIVO)	SUMATORIA FNE
1	20.666	20.666
2	26.277	46.943
3	27.450	74.393
4	28.432	102.825
5	35.555	138.380

Del cuadro anterior se desprende que el valor correspondiente a la inversión inicial (29,150), se encuentra dentro del flujo neto de efectivo del segundo año, lo cual significa que la inversión se recupera en el segundo año.

CUADRO 16
PRONÓSTICO DE COSTOS Y GASTOS DE VENTA
(Cifras en dólares americanos)

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Turistas extranjeros demanda objetivo	757,00	798,00	838,00	879,00	919,00
Turistas nacionales demanda objetivo	405,00	414,00	423,00	433,00	442,00
Costo promedio por paquete (Turistas extranjeros)	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Costo promedio por paquete (Turistas nacionales)	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Total Costo promedio de ventas (Turistas extranjeros)	90.840,00	95.760,00	100.560,00	105.480,00	110.280,00
Total Costo promedio de ventas (Turistas nacionales)	24.300,00	24.840,00	25.380,00	25.980,00	26.520,00
Costo de venta total	115.140,00	120.600,00	125.940,00	131.460,00	136.800,00

* Corresponde al costo de transporte, alojamiento y alimentación.

BIBLIOGRAFÍA

Como diseñar un Plan de Negocios. Graham Friend y Stephan Zehle. Primera Edición. Colección Finanzas y Negocios.

Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación. Edgar Alfonso Hernández Díaz. Editorial TRILLAS.

Innovación Empresarial. Rodrigo Varela. Editorial Prentice Hall. 2002.
Dirección y Gestión de Proyectos. Jaime Pereña Brand. Editorial Díaz de Santos S.A.

Cursos Prácticos de Inversión y Financiamientos en la Empresa. Eduardo Pérez Gorostegui. Editorial Universitaria Ramón Areces. España.

Análisis Económico de Proyectos Agrícolas. J. Price Gittinger. Banco Mundial. Editorial TECNOS. Madrid – España.

Punto de Equilibrio. Mc. Gaughy. Manuales UTEHA N° 11. Editorial UTEHA. México.

Panificación Financiera de la Empresa. José Luis Urquijo y de la Puente, Joaquin Ochoa Saráchaga, María Luisa Oyarzábal Fernandez, Martín Usoz Ruiz. Ediciones DEUSTO.

Evaluación de Proyectos. Gabriel Baca Urbina. Cuarta Edición. Editorial Mc. Graw Hill.

Preparación y Evaluación de Proyectos Cuarta Edición. Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. Editorial Mc. Graw Hill.

Evaluación Privada de Proyectos. Beltrán A. y Cueva H. Editorial CIUP. Lima – Perú.

Como elaborar un Proyecto. Guía para Diseñar Proyectos Sociales y Culturales. Ander – EGG Ezequiel y Aguilar María José. Editorial LUMEN. Argentina.
Internet. Páginas Web

Introducción a la Economía de la Empresa. Eduardo Pérez Gorostegui. Editorial Universitaria Ramón Areces. Primera Edición. España.

Diccionario de Economía Política. Claudio Napolioni. Tomos I y II. Editorial Alfredo Ortel. S. L.

Dirección de Marketing. Conceptos Esenciales. Philip Kotler. Editorial Prentice Hall.

Principios de Economía. Francisco Mochón. Segunda Edición. Editorial Mc. Graw Hill.

Economía, Principios e Instrumentos. Tercera Edición. Arthur O'Sullivan, Steven M. Sheffrin. Editorial Person Prentice Hall.

Contabilidad General. Pedro Zapata Sánchez. Quinta Edición. Editorial Mc. Graw Hill.

Curso de Contabilidad. Introducción H.A. Finney, Herbert E. Miller. Editorial UTHEA. México.

Cómo utilizar los Estados Financieros. Una guía para entender los números. James Bandler. Editorial Mc. Graw Hill.

Presupuestos. Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Jorge E. Burbano Ruiz, Alberto Ortíz Gómez. Segunda Edición. Editorial Mc. Graw Hill.

Internet. Páginas Web

Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. Sapag Chain Nassir. Editorial Prentice Hall.

Preparación y Evaluación de Proyectos. Sapag Chain Nassir. Editorial Mc. Graw Hill.

Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Raúl Coss B.U. Segunda Edición. Editorial LIMUSA.

Evaluación de Proyectos. Gabriel Baca Urbina. Cuarta Edición. Editorial Mc. Graw Hill.

Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio. Ramiro Canelos S. Universidad Internacional del Ecuador.