UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora:

Katty Lorena Sinche Aguirre

Director de Tesis:

Ing. Com. Óscar Aníbal Gómez Cabrera

LOJA- ECUADOR

2015

CERTIFICACIÖN

Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera, Docente de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

CERTIFICA:

Que la señorita, Katty Lorena Sinche Aguirre, se encuentra desarrollando bajo mi dirección su proyecto de tesis titulado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA**", para optar por el Grado de Ingeniera Comercial, a lo que debo certificar que al momento el trabajo investigativo está desarrollado el 100%.

Es todo cuanto puedo certificar para los fines pertinentes.

Atentamente,

Loja, Septiembre del 2015.

Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÌA

Yo, Katty Lorena Sinche Aguirre, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Katty Lorena Sinche Aguirre

Firma:

Cédula: 1105026270

Fecha: Octubre del 2015.

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

Yo, Katty Lorena Sinche Aguirre, declaro ser autora de la Tesis titulada: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA"** , Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERA COMERCIAL:** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al 1 de Octubre del 2015, firma la autora.

FIRMA:.....

AUTORA: Katty Lorena Sinche Aguirre

CÉDULA: 1105026270

DIRECCIÓN: Loja**:** El Valle, calles Esmeraldas y Marcabeli.

CORREO ELECTRÓNICO: nenitafonseca24@gmail.com

CELULAR 0985836865

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Oscar Aníbal Gómez Mg,Sc.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL: Ing. Raúl Ernesto Chavez Mg,Sc (Presidente)

Ing. Marco Patricio Gomez Mg,Sc (Vocal)

Ing. Orlando Agustin Curimilma (Vocal)

DEDICATORIA

A Dios, verdadera fuente de amor y sabiduría.

A mi padre, porque gracias a él sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso de dedicación y esfuerzo.

A mi madre, cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos.

A mis hermanos (a), incondicional abrazo que me motiva y recuerda que detrás de cada detalle existe el suficiente alivio para empezar nuevas búsquedas.

A mis familiares, a esa persona especial que ha estado apoyándome cada momento por que culmine pronto con este trabajo, amigas(os) y a quienes recién se sumaron a mi vida para hacerme compañía con sus sonrisas de ánimo, y porque a lo largo de este trabajo aprendí que las diferencias se convierten en riqueza cuando existe respeto y verdadera amistad.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar el presente trabajo quiero dejar constancia de mi profundo y sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, por sus enseñanzas para poder llegar a obtener una formación profesional.

De manera particular expreso el agradecimiento al Ing. Òscar Gómez, quien con su paciencia y profesionalismo fue guía fundamental para el desarrollo del presente trabajo.

Cabe expresar el agradecimiento a las personas que poseen negocios, por su valiosa y oportuna colaboración al brindarme la información necesaria para la elaboración del presente trabajo.

Mis más sincero sentimiento de gratitud a Dios, por haberme iluminado, llenado de valentía y sabiduría necesaria para vencer los obstáculos, a mis queridos padres hermanos, hermana y a mi novio quienes colaboraron de una u otra forma a la culminación de la presente investigación y así llegar a cumplir con éxito al meta propuesta.

La Autora

a. TITULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

Al desarrollar un nuevo proyecto de inversión en la Ciudad de Loja se genera riqueza ya que se establecen nuevas fuentes de empleo y lo más importante que se busca satisfacer de manera adecuada a los consumidores, de esta manera permite mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad generando empleo, además de que se incentiva el desarrollo micro-empresarial y por ende se reduce la migración en la Ciudad de Loja.

El presente proyecto de inversión aborda problemas del entorno con el propósito de coadyuvar al desarrollo sustentable de la Ciudad de Loja, interactuando con la comunidad, con la finalidad de generar alternativas de solución a los problemas que impiden el desarrollo social, se pretende realizar un proyecto que contribuya a generar valor en las organizaciones, a la diversificación y reactivación de la economía que genere bienestar social. Tomando en consideración el: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA**"

Es importante considerar el aporte económico que con el presente proyecto de inversión se realizará en un primer plano a los proveedores de la materia prima para la elaboración de "Galletas de Amaranto" ya que se mejorará la economía actual de las familias. Al igual que se busca elaborar un producto que sea accesible para los consumidores de la Ciudad de Loja.

La creación de nuevas unidades de producción relaciona el producto con el perfil del consumidor al ofrecer productos con características que satisfagan adecuadamente las necesidades del consumidor, con precios accesibles sin generar mayor impacto en su economía.

Cabe recalcar que las galletas a base de Amaranto tienen proteínas y minerales propios de la materia prima como son: el Amaranto, que coadyuvan al desarrollo del mismo.

El objetivo principal fue determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de amaranto en la ciudad de Loja así también los objetivos específicos, entre ellos fueron, realizar un

estudio de mercado donde se determinó que un 97% de encuestados aceptan la implementación de la empresa productora y comercializadora de Galletas de Amaranto por que las empresas existente no brindan ni ofrecen este producto , al ejecutar el estudio técnico donde se determinó una capacidad instalada de 4.380.000 galletas a producir, en tanto que la capacidad utilizada del primer año de vida se considera que iniciara con el 40% y anualmente se incrementara un 5%, vale recalcar que la empresa estará situada en la Ciudad de Loja específicamente en las calles Esmeraldas y Marcabeli.

Además se diseñó un estudio legal administrativo donde los puntos más relevantes es la constitución legal de la empresa con la cual se manifiesta que la razón social con la que será registrada la misma será “LA RIQUEZA DEL AMARANTO CIA.LTDA” , que se registra como una empresa pequeña porque contara con seis empleados, se realizó un estudio financiero dentro del cual se desarrolló los diferentes presupuestos con valores reales del mercado local, determinando una inversión total de $50.975,75 dólares, que constan con un capital propio en un 71% y el resto con un crédito en el Banco de Fomento a una tasa de interés del 11,83. Según los indicadores financieros se pudo determinar que el VAN será $ 54.883,04 mientras que el TIR será de 75,13% demostrando que el proyecto es factible y beneficioso para cualquier inversionista que quiera llevarlo a cabo, recalcando que la inversión será recuperada en un periodo estimado de 3 años, 8 meses y 12 días, tiempo que está por debajo de los cinco años de vida útil planteados. Como parte final del presente trabajo de tesis se ha plateado las respectivas conclusiones y recomendaciones que han sido alcanzadas durante el desarrollo del mismo, dando así la secuencia necesaria al proyecto y sobre todo mostrando los beneficios que se brindará a la sociedad que es satisfacer sus necesidades a cabalidad.

SUMMARY

By developing a new investment project in the city of Loja wealth is generated and new sources of employment and the most important thing is to accommodate adequately to consumers, thus improves the quality of life of the inhabitants are set City creating jobs, plus it encourages micro enterprise development and thus reduce migration in the city of Loja.

This investment project addresses environmental problems in order to contribute to sustainable development of the city of Loja, interacting with the community, in order to generate alternative solutions to problems that impede social development, it is intended to carry out a project contributing to generate value in organizations, to the diversification and revitalization of the economy that generates social welfare. Considering the "FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A producer and marketer AMARANTH COOKIES IN THE CITY OF LOJA"

It is important to consider the economic contribution to this investment project will take place at the forefront suppliers of raw material for the production of "cookies Amaranto" since the current economy of families will be improved. As it seeks to develop a product that is accessible to consumers of the city of Loja.

The creation of new production units related product with the consumer profile by offering products with features that adequately meet consumer needs, at affordable prices without generating major impact on its economy.

It should be noted that the biscuits are based Amaranth own proteins and minerals of raw materials such as: Amaranth, which contribute to development.

The main objective was to determine the feasibility of creating a producer and marketer of biscuits amaranth company in the city of Loja well as the specific objectives, including left, perform a market study which determined that 97% of respondents agree the implementation of the producer and marketer of biscuits Amaranto company that the existing companies do not provide or offer this product, running the technical study where an installed capacity to produce 4.380.000 million cookies to be determined, while capacity utilization of first year of life is considered to begin at 40% and will increase annually by 5%, it

stressed that the company will be located in the city of Loja and Esmeraldas specifically in Marcabeli streets.

In addition an administrative law firm where the highlights is the legal constitution of the company with which it is stated that the company name with which it will be recorded will be "WEALTH OF AMARANTO CIA.LTDA", which is recorded as designed a small business that will have six employees, a financial study in which different budgets with actual values of the local market developed, determining a total investment of $ 50.975,75 US dollars, comprising an equity capital by 71% was performed and the rest with a loan from the Development Bank at an interest rate of 11.83. According to financial indicators, it was determined that the NPV will be $ 54.883,04 while the IRR of 75,13% will be demonstrating that the project is feasible and beneficial to any investor who wants to carry it out, noting that the investment will be recovered in estimated period of 3 years, 8 months and 12 days, while below five years of life posed. As the final part of this thesis has been plated respective conclusions and recommendations that have been achieved during its development, thus providing the necessary sequence to the project and above all showing the benefits they provide to society it is to meet your needs fully.

c. INTRODUCCIÒN

La producción en la Ciudad de Loja es un tanto decadente en relación con otras ciudades del país por lo tanto es indispensable la propuesta y ejecución de nuevos proyectos que generen utilidades y rentabilidad a largo plazo que incluyan la recolección y la evaluación de los factores que influyen, de manera directa, en la oferta y demanda de un producto.

El presente estudio consiste en la implementación de una empresa productora y comercializadora de galletas de amaranto en la ciudad de Loja.

Existen maquinas sofisticadas para brindar la producción de las galletas, en este negocio se usaran máquinas automáticas las mismas que favorecen a la producción. Se usara materia prima de calidad para garantizar un producto que satisfaga sus necesidades, tomando en cuenta la competencia que brinda diferentes tipos de galletas, con el plan de negocios también se busca estudiar y analizar los elementos necesarios para la toma de decisiones basados en la demanda existente y creciente para este sector.

En Loja se ha evidenciado la falta de tecnificación dentro del sector productivo, para la ayuda de incentivación para mejorar cada día las empresas, los arriendos muy altos son el peor problema que puede existir en nuestra ciudad para la implementación de empresas.

Con la implementación del proyecto se contribuirá a la sociedad y al medio ambiente ya que generara fuentes de empleo y contribuirá al uso racional de la materia prima que brinda la naturaleza como factores de responsabilidad social.

La estructura del proyecto de tesis contiene la revisión de literatura porque en ello se detalla los conceptos básicos fundamentales para el desarrollo de la misma, en la parte de la metodología se utilizó para detallar en forma clara y precisa todos los métodos, como el método deductivo, método inductivo, método analítico, método descriptivo y matemático, en materiales, fueron necesarios los útiles y equipos de oficina y finalmente en las técnicas, se utilizó la observación directa y la encuesta los que se hicieron imprescindibles para el desarrollo del presente trabajo.

El estudio de mercado, su respectivo análisis de la oferta, de sus respectivas demandas y sus proyecciones: así mismo los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas realizadas a las distribuidoras y consumidores con su respectivo análisis, y el plan de comercialización.

Se presenta también información relacionada con el estudio técnico en el que se establece el tamaño de acuerdo a la capacidad instalada, la localización de la planta al igual que la ingeniería donde se establece el proceso de producción, se describen además ,los equipos utilizados y el personal que formara parte de la empresa "**LA RIQUEZA DEL AMARANTO CIA.LTDA"** se propone una estructura administrativa-organizacional que obedece a normas legales de la ley de compañías que describen los niveles jerárquicos y las funciones establecidas para cada cargo.

Seguidamente se detalla el estudio financiero en el cual consta el financiamiento necesario para la operación del proyecto; se incluye el análisis de los costos e ingresos; así como los estados financieros y la determinación del punto de equilibrio.

Se realiza la evaluación financiera que se constituye en una de las partes primordiales que permite establecer la factibilidad de proyecto, se analizan principales indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación del Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad (AS).

Además se realizaron las Conclusiones y Recomendaciones a las que se ha llegado después de terminar el presente proyecto de Tesis. Dentro delos anexos se hace constar el formato de la encuesta que se aplicó en el estudio de mercado.

d. REVISIÒN DE LA LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

RESEÑA HISTÓRICA DEL AMARANTO

Historia del ataco y amaranto en Ecuador.

En los países ubicados en la dorsal de los Andes, sur de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y norte de Argentina, se han identificado por lo menos tres especies de amaranto cultivado y silvestre. El más conspicuo es el Amaranthus caudatus L., conocido como amaranto, kiwicha en Perú y millmi en Bolivia, con plantas y semillas de color y hábito de crecimiento diferente o diverso.

El que le sigue en importancia es el Amaranthus quitensis H.B.K. o A. hybridus L.), conocido en Ecuador como ataco, sangorache, sangoracha, ataco y actualmente como amaranto de grano negro.

En 1975, la investigadora Mary Patricia Coons de la Universidad de Indiana (EEUU), como parte de su tesis de Ph. D., realizó un trabajo de investigación titulado “El género Amaranthus en Ecuador”, cuyo resumen fue publicado en 1977 y 1978 en la revista Ciencia y Naturaleza del Instituto de Ciencias Naturales de la Universidad Central (Quito), bajo el título “The status of Amaranthus hybridus L. in South América (Vol. 18 y 19), donde señala que los amarantos semi cultivados son plantas muy pigmentadas, usadas por su color en alimentos y bebidas en Ecuador y Perú, conocido en Ecuador con los nombres de sangorache y ataco; considerado como A. quitensis por Sauer (1967), sugiriendo a la vez que A. quitensis es sinónimo de A. hybridus.

Finalmente están las especies silvestres o “malas hierbas”, malezas de los principales cultivos de importancia económica, entre los que se encuentra el A. blitum L., conocido como bledo.

Según Estrella, E. (1998), refiriéndose al ataco sangorache señala que en quichua se dice Sangurachi (Cordero 1967:85) y los nombres vulgares son ataco, jataco, jatacu, sangorachi, sangurache, sangurachi. Menciona como nombre científico el de Amaranthus caudatus L. (sin. de Amaranthus quitensis var. Sangorache) de la familia de las Amarantáceas. Además menciona que algunas especies de Amaranthus fueron aprovechadas como hortalizas y como granos, sus semillas eran agradables y de fácil preparación. Menciona a Nieto

(1983a), para afirmar que modernamente se conocen unas 20 especies, algunas de las cuales se consideran como plantas invasoras o malezas. Los Amaranthus crecen en suelos pobres o ricos, en las zonas tropicales, frías o templadas, son plantas muy rústicas, de crecimiento rápido y de gran productividad.

Informa también que, la panoja en que se verifica la inflorescencia contiene una sustancia de tinte rojizo que se extrae por cocción o por expresión y sirve para algunos usos culinarios (Vera 1922:103). Los antiguos peruanos consumieron las semillas como cereal y llamaron a la planta

Quihuica, Achita o Coyo (Hurtado 1978a). Hasta la actualidad en nuestro medio se usan las hojas de ataco Como aromatizantes y colorantes de la comida ritual de los muertos, llamada “colada morada”. También forman parte de los ingredientes empleados en la elaboración de morcillas.

Estrella, E., cita al Padre Juan de Velasco (1977, I: 156) quien menciona a la “quinua colorada” de la que dice: “es grano menudo y rojo, cuyo único uso es comerlo tostado, porque revienta y se esponja mucho, y es de bellísimo gusto”. Indica que tal vez se refiera a las semillas de A. caudatus, pero puede ser otra especie; quizá el A. frumentaceus que Cordero (1902) llama en lengua vernácula “camchana-quinua” o quinua a tostar y que los campesinos cultivan la especie para comer “sus menudísimos pero abundantes granos, tostándolos o a veces moliéndolos”. (Cordero 1950: 131).

Considerando la importancia que ha tomado el ataco y amaranto en Ecuador, en la zona andina, el continente sudamericano, Guatemala, México, los EEUU y otros países del mundo, es muy pertinente transcribir lo que el distinguido médico ecuatoriano Dr. Plutarco Naranjo escribió en el diario El Comercio el 27 de enero de 1984.

EL CULTIVO DE AMARANTO Y ATACO:

NOMBRE CIENTIFICO: Amaranthus quitensis H.B.K/hybridus L.

CENTRO DE ORIGEN: América, Zona Andina.

ZONA DE CULTIVO: Valles de la sierra (libre de heladas)

ALTITUD: 2000 a 3000 m

CLIMA: Lluvia: 300 a 600 mm de precipitación en el ciclo.

Temperatura: 15º C

SUELO:

Franco, con buen drenaje y contenido de materia orgánica. pH: 6 a 7,5

VARIEDADES:

No se dispone todavía de variedades mejoradas.

Líneas promisorias: ECU 17728

Ciclo de cultivo: 150 a 180 días

PREPARACIÓN DEL SUELO:

Arada, rastrada y surcada

ROTACIÓN DE CULTIVOS:

Se recomienda rotar con leguminosas y maíz-fréjol.

SIEMBRA:

Época: Diciembre a enero, de preferencia en días muy buenos o buenos, de acuerdo al calendario lunar.

Cantidad: 6 a 8 kg por ha

Sistema: Monocultivo (chorro continuo)

Distancia entre surcos: 60 cm

Hileras por surco: una18

FERTILIZACIÓN:

De acuerdo al resultado de análisis de suelo. Una recomendación de fertilización general es aplicar 100-60-20 kg por hectárea de N-P2O5-K2O, equivalente a 200 kg de 10-30-10 más 200 kg de urea o 200 kg de nitrato de amonio.

CONTROL DE MALEZAS:

Manual: Una deshierba o rascadillo entre 30 y 45 días después de la siembra. Una deshierba y aporque a los 60 días después de la siembra.

Químico: En post emergencia, usando pantalla, se recomienda el uso del herbicida Paraquat (Gramoxone) en dosis de 2 litros por hectárea.

CONTROL DE PLAGAS:

Se recomienda aplicar pesticidas solamente cuando el nivel de población de las plagas pueda causar daño al cultivo.

Para trozadores (Agrotys sp.), se recomienda Decis (Deltametrina, piretroide) en dosis de 400 cc por hectárea.

CONTROL DE ENFERMEDADES:

Entre las enfermedades que afectan al cultivo están el mal de semillero causado por Pythium, Phytophthora y Rhizoctonia, por lo que se recomienda evitar suelos con estos problemas. Las enfermedades foliares que afectan al ataco o sangorache son oidium, esclerotinia, curvularia y alternaria y no constituyen un problema importante en este cultivo, por lo que no se recomienda controles químicos.

RIEGO:

El cultivo de ataco o sangorache es de temporal o secano. En áreas con disponibilidad de agua de riego se debe regar por gravedad o surcos, el volumen de entrada (gasto) del agua no debe ser abundante y debe distribuirse simultáneamente en varios surcos; su avance a lo largo del surco debe ser moderado. El número y frecuencia de riegos varía con el tipo de suelo, las condiciones climáticas y en ausencia de lluvia puede ser necesario regar cada 30 días, con énfasis en floración.

COSECHA:

Se realiza en forma manual, cortando las panojas que presentan cierta dehiscencia o caída de grano de la base de las mismas. Los granos presentan cierta dureza cuando están llegando a su madurez. 19

TRILLA:

La trilla puede ser manual o con máquinas para cereales de grano pequeño.

Al tratarse de semilla de buena calidad y una vez manejados los lotes bajo este concepto, la trilla debe realizarse preferentemente con vara o máquina. El secado del grano debe hacerse a la sombra y las selecciones del mismo, por mayor tamaño, bien formadas y uniformes.

La limpieza y clasificación del grano o semilla se puede realizar con zarandas manuales o con máquinas clasificadoras de semillas (Clipper).

ALMACENAMIENTO:

El grano con humedad inferior al 13%, debe almacenarse en cuartos secos y frescos.

Se ha observado la presencia de una potencial plaga de almacén.

INDUSTRIALIZACIÓN:

El grano negro del ataco o sangorache no tiene la propiedad de reventar. Se están realizando investigaciones preliminares para buscar su uso potencial. Se ha probado con éxito la extracción del colorante de la panoja y se dispone de resultados iniciales para su uso como bebida refrescante, en pastelería y otros.

MERCADOS DEMANDANTES:

Nacional, Estados Unidos y Europa.

USOS:

Alimentación humana.

POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN:

Existen pedidos de grano negro de ataco o sangorache en el orden de 1200

TM por año para los Estados Unidos.

RECETA DE LAS GALLETAS DE AMARANTO:

El Amaranto (y la harina de amaranto) es uno de los alimentos maravilla de la naturaleza, es altamente rico en fibra, hierro, vitamina A y C, así como en calcio y magnesio. El amaranto tiene un alto porcentaje de aminoácidos esenciales (proteínas), incluyendo lisina, un aminoácido esencial en la alimentación humana y que no suele encontrarse en la mayoría de los cereales. Es rico en grasas saludables.

Con el amaranto se puede elaborar una harina con la cual se pueden preparar varios platillos, en especial `panadería. Cuando la harina de amaranto no está mezclada con harina d trigo, es una excelente opción para aquellas personas que no pueden consumir gluten (celiacos).

Estas recetas a base de harina de amaranto pueden estar mezcladas con harina de trigo, por lo que si eres celiaco deberás tener precaución en esto, y buscar las recetas donde solamente se utilice harina de amaranto.

Galletas

Ingredientes

- 2 1/2 tazas de harina de amaranto
- 2 tazas de harina de trigo integral
- 1/4 kilo de manteca vegetal
- 1 taza de azúcar morena
- 2 huevos
- 1 cucharadita de vainilla
- 2 cucharaditas de bicarbonato de sodio

Preparación

1. Bate la manteca hasta hacerla crema; agrega el azúcar, los huevos y la vainilla mientras que en otro recipiente se revuelven las dos harinas y el bicarbonato de sodio.

2. Revuélvelo con la mezcla anterior hasta obtener una consistencia suave.

3. Por último, extiende sobre una superficie plana con un rodillo y corta las galletas para colocarlas en una charola previamente engrasada.

4. Hornea a 180°C por una hora 60 minutos.

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

En esta parte del estudio se hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado esto es: Precio, Calidad, Canales de comercialización, Publicidad, Plaza, Promoción, esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado.

Para hablar de mercado es importante destacar que al mismo se lo considera como al lugar en que convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para llevar a efecto operaciones de traspaso de dominio de bienes y servicios cuyo valor está determinado por el precio.

Por el lado de la demanda de los productos, debe analizarse su volumen presente y futuro y las variables relevantes para su estimación, como población objetiva, niveles de ingreso esperado bienes complementarios y sustitutos y que ya existan o estén por entrar al mercado, en algunos casos será relevante conocer el mercado global.

Por el lado de la oferta de productos, es necesario definir estrategias de mercadeo, publicidad y presentación del producto. Dentro de este proceso, será indispensable estudiar la competencia en aspectos básicos como su capacidad instalada y su nivel de instalación, la tecnología incorporada en su proceso productivo y posibles programas de actualización, sus fallas y limitaciones en cuanto a calidad de producto, empaque, etc

ESTRUCTURA DE ANALISIS

El estudio de mercado debe contener los siguientes elementos:

Tamaño de la Muestra

Se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionara mejor información que un tamaño pequeño de ella la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores, por otro lado el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá la utilización de mayor tiempo y recursos.

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes formulas:

Definición del Producto

Es la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características.

Análisis de la Demanda

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

Análisis de la Oferta

[1]En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el proyecto, estos constituyen la

[1] Wilensky, Alberto Luis ; Levfy, Alberto R. (prologuista) M**arketing estratégico: enfoque simbólico de la demanda y clave real del negocio**

competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si se puede o no incrementar su producción, su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, su empaque, tecnología, para saber si se puede mejorar la calidad del producto.

- **Como analizar la oferta**

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los dados indispensables están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores

- **Análisis de precios**

El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones que se mencionan a continuación:

La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.[2]

- **Análisis de Comercialización**

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.[3]

---

[2] Saúl Fernández Espinosa, **LOS PROYECTOS DE INVERSIÒN,** Editorial tecnológica de Cr. Pag.15, 16, 18, 19, 27, y 28

[3] BACA, Urbina, Gabriel. Evaluacion de proyectos. 5ta. Edicion. 2008.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor. Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes:

1. Para productos industriales:
    - ✓ Productor-Usuario industrial
    - ✓ Productor-distribuidor industrial-usuario industrial
    - ✓ Productor – agente- distribuidor-usuario industrial
2. Para productos de consumo popular:
    - ✓ Productos – consumidor
    - ✓ Productor-minorista-consumidor
    - ✓ Productor – mayorista-minorista-consumidor
    - ✓ Productor – agente – mayorista – minorista – consumidor

ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional.

Con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

- Ingeniería Básica
- Tamaño y Localización
- Localización de la Planta
- Ingeniería del proyecto
- Distribución de la Planta

- Análisis de la Inversión

INGENIERIA DEL PROYECTO

El estudio técnico de la ingeniería de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.[4]

TAMAÑO Y LOCALIZACION

En este elemento de estudio técnico se cuantifica la capacidad la producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

Algunos de los factores que pueden apoyar la determinación del tamaño óptimo del proyecto:

- Identificación de la demanda
- Identificación de los insumos y suministros del proyecto
- Identificación de la maquinaria, equipo y tecnología
- El tamaño del proyecto y el financiamiento

La mejor decisión del tamaño óptimo del proyecto es aquella que permita mantener los costos totales durante la vida útil del proyecto.[5]

LOCALIZACION DE LA PLANTA

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: El de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el del micro localización, que determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

---

[4] QUILODRAN Federico, Manual y elaboración de proyectos, edit. UNL, 1982

[5] BACA URBINA Gabriel: (1997), Elaboración y Evaluación de proyectos de Investigación; (3era edi ción), Bogotá D. C., Editorial McGraw -Hill.Pag.14-15

INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual entre otros.

- Descripción del Producto: Identificar materia prima y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación.
- Descripción del proceso: Incluir tiempos y requerimientos para poder prever el número de unidades que se producirán en un tiempo determinado así como el número de personas que trabajaran en su transformación.[6]

ANALISIS DE LA INVERSION

El análisis de costos que se presenta como conclusión del estudio técnico consiste en la determinación y distribución de los costos de inversión fija, diferida y el capital de trabajo.

A la inversión fija pertenecen: terreno, edificio, obra civil, maquinaria, equipos, muebles y enseres, equipos de computación y otros.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Al momento de diseñar una estructura organizativa debe aclararse que sería erróneo que esta sea permanente. La estructura es tan dinámica como lo es la propia empresa. Si al crecer esta se considera más conveniente desistir de ciertos servicios externos, lo mejor será hacerlo así y no pensar en la permanencia de las estructuras actuales, diseñadas para cierto estado temporal de la empresa.

Es decir se debe dotar a la organización de la flexibilidad suficiente para adaptarse rápidamente a los cambios de la empresa.

Estructura Empresarial

Parte fundamental en la etapa de operación, una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que

[6] RODRIGO VARELA, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas.

conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de autoridad

Se encuentran definidos de acuerdo al tipo de la empresa y conforme lo establece la ley de compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva.

Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

ESTUDIO FINANCIERO

La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas.[7]

EVALUACION FINANCIERA

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

La evaluación financiera de proyectos está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto. Sin ella, una entidad comercial no tiene la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de un proyecto. Cada evaluación financiera de proyectos es diferente, pero involucra la prudente determinación de cada factor que

[7] RUEDA, de Martínez, Francisco, Administración de Proyectos.

constituye un proyecto: su flujo de fondos, seguros, desembolso de capital y tiempo en el cual los costos serán recuperados y las ganancias producidas.[8]

La evaluación se realiza con dos fines posibles:

a) Tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico.

b) Decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad cuando estos son mutuamente excluyentes o existe razonamiento de capitales.

INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA

- **Valor Actual Neto (VAN):** El **valor actual neto**, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del p en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

  El **valor actual neto** es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

  Una empresa suele comparar diferentes alternativas para comprobar si un proyecto le conviene o no. Normalmente la alternativa con el VAN más alto suele ser la mejor para la entidad; pero no siempre tiene que ser así. Hay ocasiones en las que una empresa elige un proyecto con un

[8] MORALES, Castro, José Antonio. Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación. M. c Graw Interamericana editores. 1ra. Edición 2009.

VAN más bajo debido a diversas razones como podrían ser la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros motivos que en ese momento interesen a dicha entidad.

Puede considerarse también la interpretación del VAN, en función de la creación de valor para la empresa:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, el proyecto crea valor.
- Si el VAN de un proyecto es negativo, el proyecto destruye valor.
- Si el VAN de un proyecto es cero, el proyecto no crea ni destruye valor.

Su fórmula:

$$V.A.N = \Sigma flujo\ neto\ actualizado - Inversion$$

- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Su fórmula:

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

- **Periodo de Recuperación de Capital (PCR):** Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión. La recuperación de la inversión es la cantidad de tiempo que tarda una inversión en recuperar sus costos. El cálculo de retorno de la inversión utiliza el costo del proyecto y los flujos de efectivo del proyecto para determinar cuánto tardará el proyecto en recuperar sus costos.

  Al elegir entre los proyectos de la competencia y utilizando el análisis de retorno de la inversión, la empresa elegirá el proyecto con el menor período de recuperación. Esto permite a la empresa recuperar sus costos rápidamente y luego empezar a obtener ganancias.

  El periodo de recuperación simple se calcula dividiendo el costo inicial del proyecto por los flujos anuales de efectivo esperados. Sin embargo, en casos más complicados que incluyen la eliminación y sustitución de equipos, el salvamento recibido del elemento dispuesto se resta del costo del equipo nuevo y la diferencia es utilizada en los cálculos del período de amortización. El principio básico es el de establecer el tiempo que le toma a la empresa para recuperar su inversión inicial.

  Su fórmula:

$$P.R.C = \frac{\Sigma flujo\ neto - Inversion}{Flujo\ que\ supera\ la\ inversion}$$

- **Relación Beneficio – Costo (RBC):** Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida:

  El análisis de costo-beneficio es un término que se refiere tanto a una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos; o un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

  Bajo ambas definiciones, el proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total

de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. Muy relacionado, pero ligeramente diferentes, están las técnicas formales que incluyen análisis costo-eficacia y análisis de la eficacia del beneficio.

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el costo son exitosos, caso contrario fracasan.

Su fórmula:

$$R.B.C = \frac{Ingreso\ actualizado}{Costo\ actualizado}$$

- **Análisis de Sensibilidad:** Consiste en medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.[9]

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc...), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc....).

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o

[9] Juan Antonio Flórez Uribe, **PROYECTO DE INVERSIÒN PARA LAS PYME CREACION DE EMPRESAS,** Edición 2006, pág. 74, 75, 78, 82

existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente.

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien obtendremos el porcentaje de cambio.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Donde VAN*n* es el nuevo VAN obtenido y VAN es el VANe que teníamos antes de realizar el cambio en la variable.

e. MATERIALES Y METODOS

Considerando que la validez de una investigación depende de la seguridad de los procedimientos usados, es necesario hacer una descripción concisa, pero completa, de los materiales, metodología y técnicas empleadas que permitan interpretar los resultados de la investigación; para el desarrollo del presente trabajo investigativo se tomó en cuenta los materiales y métodos que a continuación se describen:

Materiales Utilizados

- **Suministros de oficina**
  - Material de escritorio
  - Edición de tesis
  - Papel bond
  - Esfero grafico
  - Lápiz
  - Copias
  - Tinta para impresora
- **Equipos de oficina**
  - Calculadora
  - Computadora
  - Impresora
  - Flash Memory

Métodos

Contempla los métodos de investigación que se siguieron para alcanzar con los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación.

Método Deductivo: La deducción permitió realizar la clasificación de la información recopilada de la situación empresarial de la ciudad de Loja, y en particular de las personas dedicadas a la venta de galletas de Amaranto, contribuyendo para llegar a particularidades de los procesos administrativos, además que permitirá presentar conceptos, principios, definiciones existentes para la elaboración del proyecto, la cual se recolectará dentro de la

investigación y la bibliografía citada, las mismas que servirán para la conformación de las conclusiones o consecuencias en las cuales se aplica el estudio, o se examinan casos particulares sobre la base de las generales presentadas y finalmente servirá para formular las respectivas conclusiones y recomendaciones. Esto permitió relacionar los resultados con la realidad nacional en torno al problema.

Método Inductivo: El método inductivo es importante en esta investigación, por tal razón permitirá que a través de casos y estudios o hechos planteados en la investigación, especialmente de un diagnóstico local, se llegue a un principio o ley que permita obtener un planteamiento real dentro de la investigación, la cual refleje un instrumento o herramienta de trabajo para los beneficiarios.

Este método también ayudará a investigar plenamente el problema porque se empieza con aspectos específicos para llegar a los generales. Permite conocer la parte interna a través de la encuesta.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó algunas **técnicas de investigación** como: Entrevistas, encuestas, observación directa, las mismas que servirán para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en esta empresa; las mismas que a continuación se detallan:

La observación: Permitió constatar, establecer y destacar características e identificar hechos y problemas que se presentan en el ámbito comercial, en lo respecto a la competencia y como llevan a cabo sus actividades para con esto mejorar el servicio; así también para verificar los beneficios y servicios que ofrecerá la empresa en desarrollo.

La entrevista: Esta técnica se aplicó a los diferentes ofertantes de productos iguales en la ciudad de Loja a través de una conversación profesional y preguntas dirigidas, con la finalidad de obtener información sobre el

funcionamiento y misión empresarial; y así obtener una visión previa del problema, alternativas y acciones a seguir.

La encuesta: La encuesta estuvo dirigida a los 381 familias en la ciudad de Loja, para de esta manera conocer a través de la tabulación de resultados sus inquietudes como opiniones y así lograr los objetivos propuestos en esta investigación; conocer el posicionamiento que tendrá esta empresa en el mercado objeto de estudio, tomando como base de datos el número de locales que prestan los idénticos servicios en la ciudad de Loja.

Tamaño de la Muestra.

POBLACION CONSIDERADA: Para poder determinar la muestra es necesario considerar la población de año 2010 que es de 214,855 habitantes los mismos que son divididos para los 4 miembros que es el promedio familiar según datos del INEC con una tasa anual del 2,65%, dando por resultado 53,714 familias en el 2010, para esto se realiza la proyección de las familias.

Para realizar la proyección de la población en familias se lleva a cabo la siguiente fórmula:

Se realiza la proyección de la población con el valor que tenemos que es de 53,714 hasta llegar al año en el cual se inició a realizar el presente trabajo investigativo que es del año 2013 dando un valor de 58.098, aplicando la fórmula que se describe a continuación y la presente tabla con las proyecciones.

Formula:

$P = (Poblacion\ final\ x\ \text{tasa de crecimiento}) + \text{poblacion final}$

$P = (\ 59098x\ 2{,}65\%) + 59098$

$P = \mathbf{59638}$

Cuadro # 1

Proyección de la población

AÑOS	POBLACION (proyectada para cada año)
2013	58098
2014	59638
2015	61218
2016	62840
2017	64506
2018	66215

Elaboración: la autora
Fuente: ANT

CALCULO DE LA MUESTRA

N= Universo en estudio	P =0,5%
e= Error experimental 5%	Q = 0,5%
P= 50% probabilidad de éxito	N = 58 098Familias.
Q= 50% probabilidad de fracaso	Z = 1,96%
Z= 95% nivel de confianza	E = 0,5%

$$\boldsymbol{n} = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 \ * (\mathrm{N} - 1) + Z^2 * P * Q}$$

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$\boldsymbol{n} = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 \ * (\mathrm{N} - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{(1{,}96)^2 * (0,05)(0,05)(58098)}{(0{,}05)^2\ (58098 - 1) + (1{,}96)^2(0,05)(0,05)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{3{,}8416(0{,}25)(58098)}{(0,0025)(58097) + (3{,}8416)(0{,}25)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{55797{,}32}{145{,}24 + 0{,}9604}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{55797{,}32}{146{,}20}$$

$\boldsymbol{n} = 381$ Encuestas.

El número de encuesta que se aplico fue de **381**

5.5 Procedimiento

Para el presente Proyecto de Tesis primeramente se realizó un **Estudio de Mercado** a los posibles clientes , el cual se hizo por medio de la aplicación de las encuestas, las mismas que permitieron establecer la demanda efectiva del producto, la estrategia de comercialización, y a definir las políticas con las que regirá la empresa,

Posteriormente el **Estudio Técnico**, el cual permitió determinar la localización de la empresa, se buscó un lugar estratégico con amplitud para establecer el volumen de producción que se obtuvo a través de la capacidad instalada, otro factor fue la Ingeniería del proyecto que consideró con cuanto personal se contara en el proceso, que personal de apoyo se necesitara para instalar la empresa, y cuáles serían las normas que se mantendrán por los organismos de control.

En la parte organizacional y legal, se tomó en cuenta la ley de compañías la misma que me permitió conocer la forma de cómo estará organizada la empresa, partiendo desde su razón social, base legal, tipo de organización, personal y manual de funciones.

El **análisis financiero** que permitió conocer la rentabilidad del proyecto a través de la determinación de costos, pronósticos, puntos de equilibrio, análisis y demás indicadores económicos, los que permitieron establecer el grado de rentabilidad que tendrá la inversión.

Finalmente en base a los resultados obtenidos, se formuló las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigado.

f. RESULTADOS

Análisis e interpretación de las encuestas dirigidas a los clientes de la ciudad de Loja.

Comprende toda la información necesaria y real que se obtuvo, mediante la aplicación de las encuestas a la población de consumo de galletas en la ciudad de Loja, la misma que sirvió para la realización del diagnóstico del presente proyecto

1. **¿Cuáles son sus ingresos mensuales?**

Cuadro #2

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100-200	72	24%
201-300	95	32%
301-400	69	23%
401-500	45	15%
501-600 o más	20	7%
Total	**301**	**100%**

Cuadro #2
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Gráfico # 1

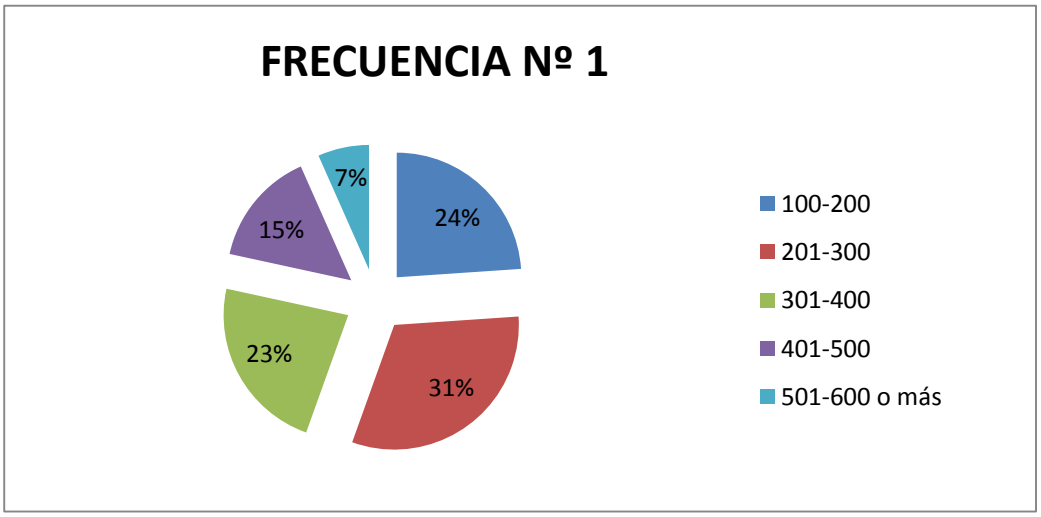


Grafico 1
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuáles son sus ingresos mensuales el porcentaje más alto es del 32% que han manifestado que su sueldo es de 201-300, en cambio un 24% señalaron que es de 100-200, el tercer porcentaje más alto correspondiente al 23% indicaron que es de 301-400, el cuarto porcentaje es de 15%, y por último tan solo el 7% de los encuestados dijeron que su sueldo es de 501-600 más.

2. ¿Consume usted galletas?

Cuadro #3

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	220	73%
No	50	17%
Vacío	31	10%
Total	**301**	**100%**

Cuadro #3
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Gráfico # 2

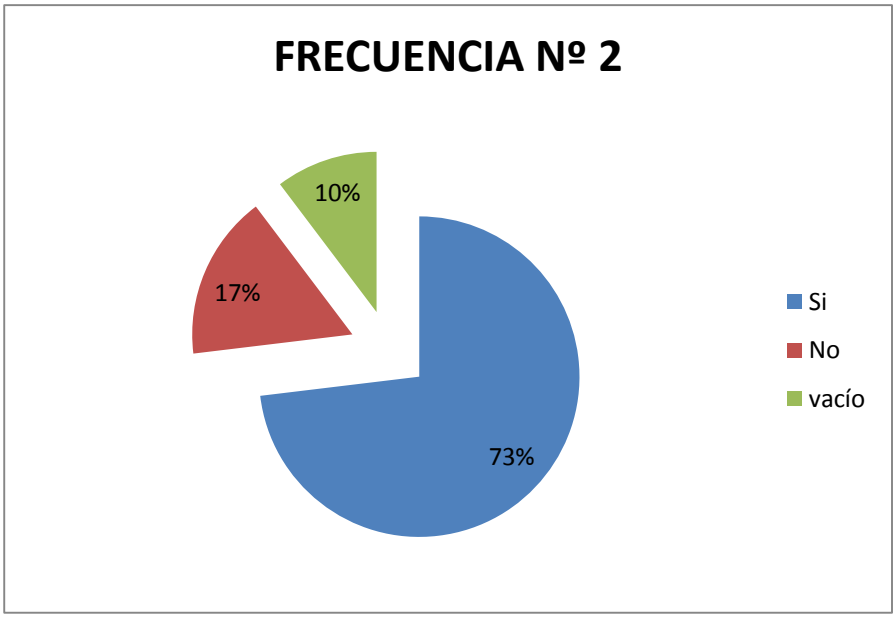


Grafico # 2
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: En la aplicación de la encuesta en la ciudad de Loja, el 73% de los encuestados supieron manifestar que si consumen galletas, un 17% no consume galletas y el 10% decidió no contestar.

3. ¿Qué tipo de galletas consume más?

Cuadro #4

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Light	10	5%
Nutritivas	25	11%
Medicinales	5	2%
Sal	80	36%
Dulce	90	41%
Otros	5	2%
No contesto	5	2%
total	**220**	**100%**

Cuadro # 4
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 3

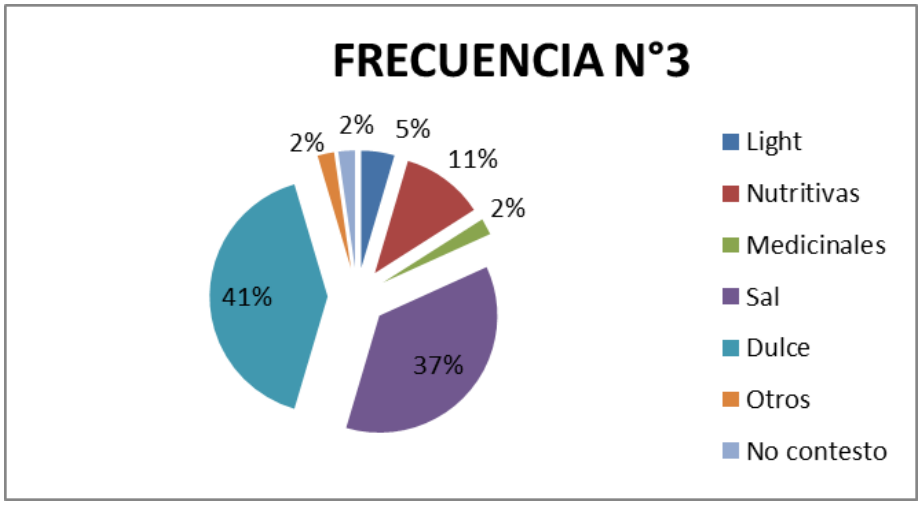


Grafico 3
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuál es el tipo de galleta que consume más el porcentaje más alto es del 41% que han manifestado que son de su preferencia las galletas de dulce, en cambio un 37% señalaron que son las galletas de sal, el tercer porcentaje es de 11% donde indican que son las galletas nutritivas, el cuarto porcentaje es de 5%, y por último tan solo el 2% de los encuestados mencionaron que son otro tipo de galletas y el otro 2% que decidieron no contestar

4. ¿Cuánto paga usted por las galletas que adquiere?

Cuadro #5

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,40	80	36%
0,60	110	50%
0,80	17	8%
1.00 o mas	6	3%
No contesto	7	3%
Total	**220**	**100%**

Cuadro #5
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 4

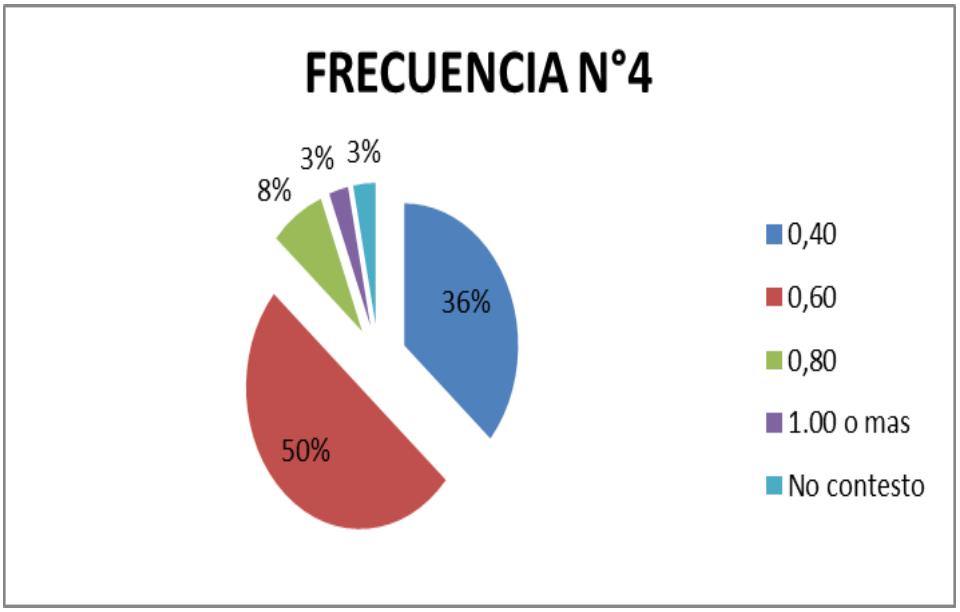


Grafico 4
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuál es el precio que paga por su producto el porcentaje más alto es del 50% que han manifestado que pagan $0.60ctvs, en cambio un 36% señalaron que pagan $0.40ctvs, el tercer porcentaje es de 8% donde nos indican que es el valor de $0,80ctvs, y un 3% mencionaron que es la cantidad de $1.00 o más y por último el 3% decidió no contestar.

5. ¿Cómo considera usted la calidad de las galletas que consume?

Cuadro #6

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
excelente	80	36%
muy bueno	50	23%
buena	33	15%
mala	50	23%
No contesto	7	3%
Total	**220**	**100%**

Cuadro#6
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 5

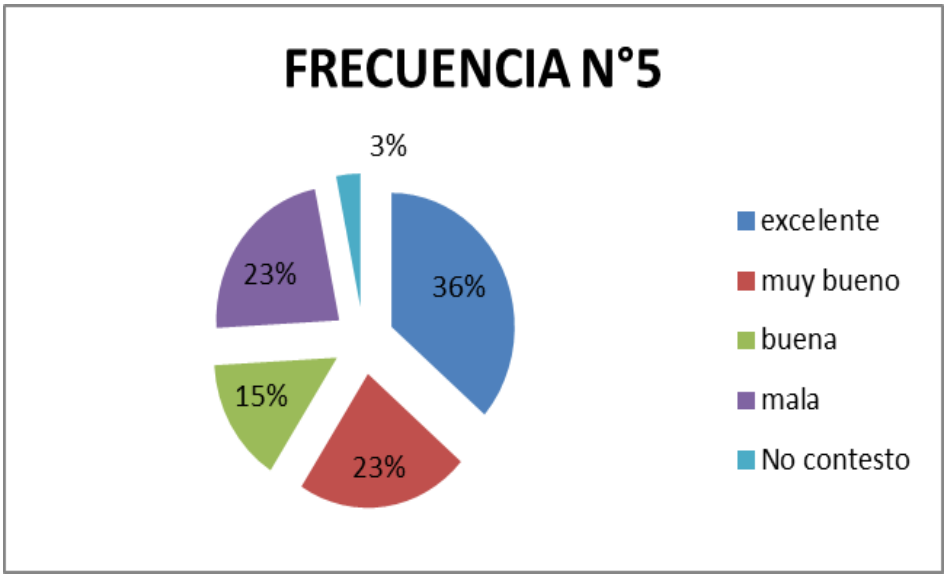


Grafico 5
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuál es la calidad de su producto el porcentaje más alto es del 36% que han manifestado que la calidad es excelente, en cambio un 23% señalaron que es muy buena, el tercer porcentaje es de 23% donde nos indican que es mala, y por último tan solo el 15% mencionaron que es buena y el otro 3% decidió no contestar.

6. ¿En qué lugar prefiere usted comprar las galletas?

Cuadro #7

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
tiendas	90	40,91%
super mercados	82	37,27%
micro mercados	33	15,00%
bodegas	5	2,27%
No contesto	10	4,55%
Total	**220**	**100%**

Cuadro#7
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 6

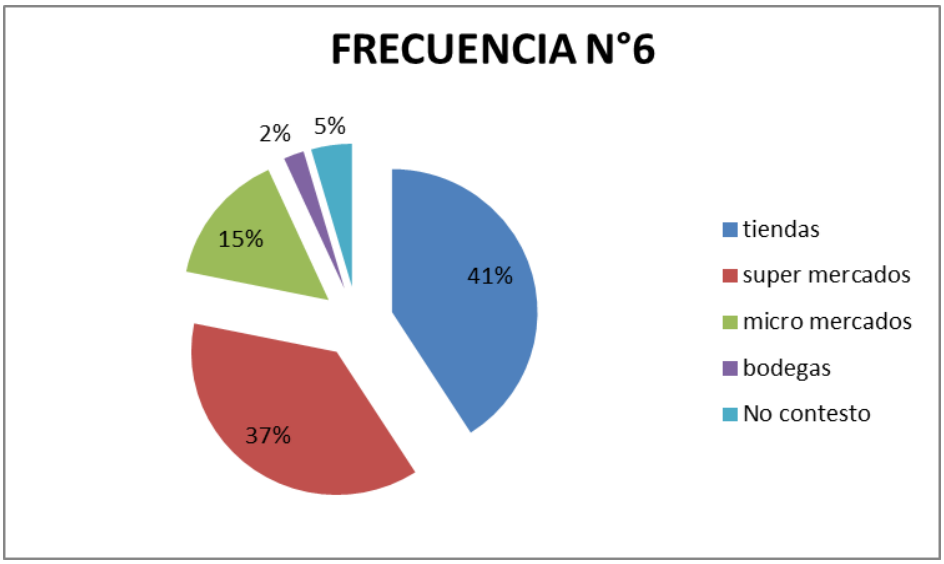


Grafico 6
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles el lugar de preferencia de obtener su producto el porcentaje más alto es del 41% que han manifestado que lo realizan en tiendas, en cambio un 37% señalaron que lo realizan en súper mercados, el tercer porcentaje es de 15% donde nos indican que lo realizan en micro mercados, un 5% mencionaron que lo obtienen en bodegas y por último el 2% decidió no contestar.

7. ¿La presentación de los paquetes de galletas que más consume son?

Cuadro #8

Detalle	frecuencia	porcentaje
4 unidades	57	27,14%
6 unidades	108	51,43%
12 unidades	45	21,43%
Total	**210**	**100%**

Cuadro#8
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 7

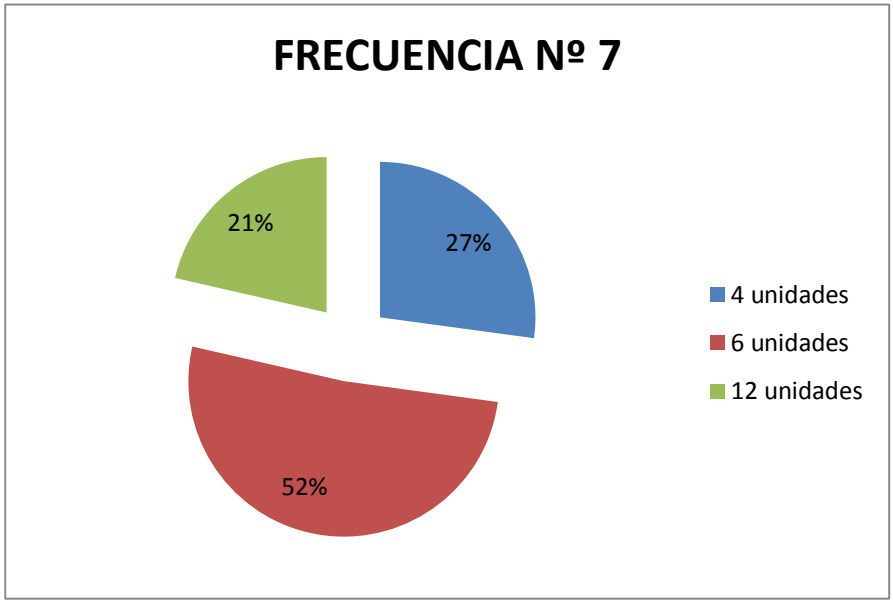


Grafico 7
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuál es la presentación que prefieren el porcentaje más alto es de 51.43% que han manifestado que prefieren la presentación de seis unidades, en cambio un 27.14% señalaron que prefieren el de cuatro unidades y por último el 21.43% prefieren la presentación de doce unidades.

8. ¿Con que frecuencia usted consume galletas?

Cuadro #9

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	45	21%
Quincenal	150	71%
Mensual	15	7%
Total	**210**	**100%**

Cuadro#9
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 8

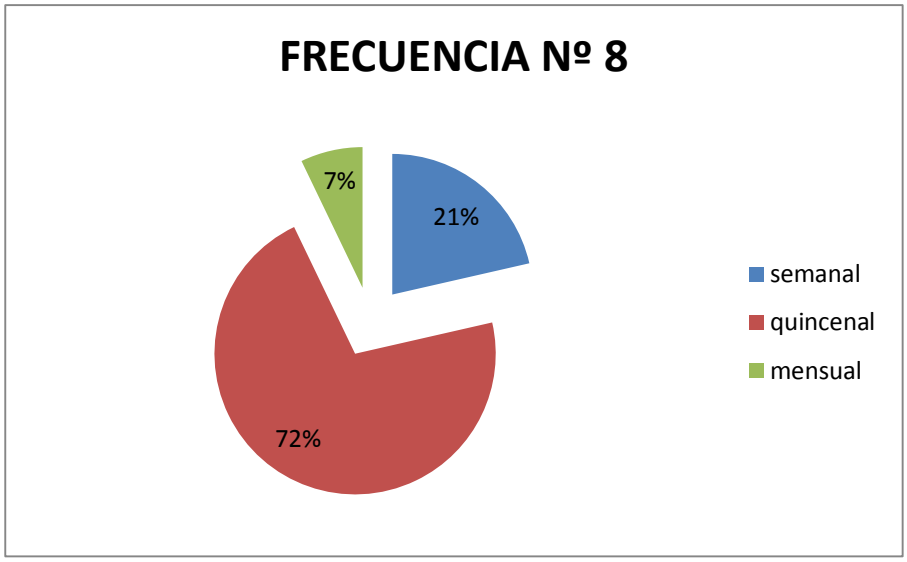


Grafico 8
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles la frecuencia de consumir galletas el porcentaje más alto es del 72% que han manifestado que lo realizan quincenalmente en cambio un 21% señalaron que lo realizan semanalmente, un 7% mencionaron que lo realizan mensualmente.(Ver anexo 3)

9. ¿En qué presentación prefiere consumir las galletas?

Cuadro #10

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda	170	77%
cartón	37	17%
Otros	10	5%
Vacío	3	1%
Total	**220**	**100%**

Cuadro#10
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 9

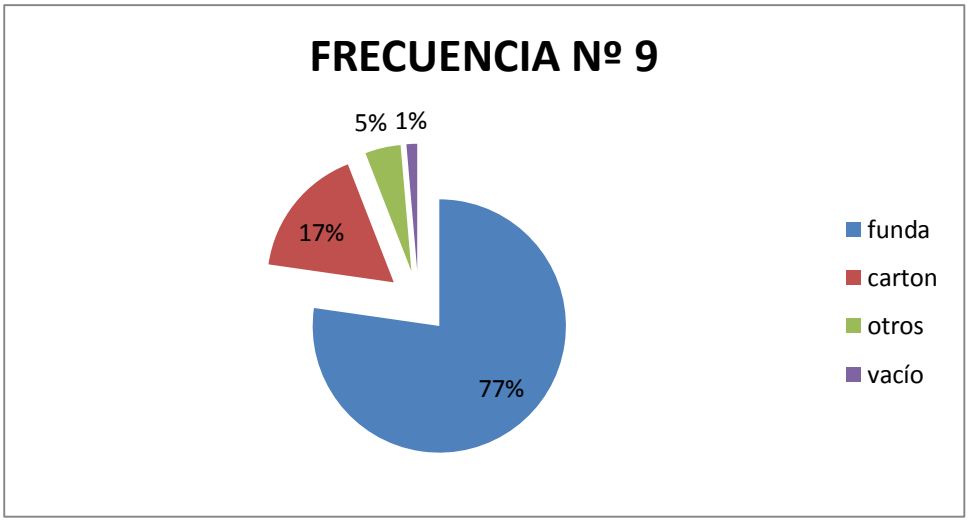


Grafico 9
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cual es la presentación de preferencia de obtener su producto el porcentaje más alto es del 77% que han manifestado que lo prefieren en funda, en cambio un 17% señalaron que lo prefieren en cartón, un 5% mencionaron que lo prefieren en otra presentación y por último el 1% decidió no contestar.

10. ¿Qué cantidad de galletas consume?

Cuadro #11

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
un paquete	35	16%
dos paquetes	38	17%
tres paquetes	28	13%
cuatro o mas	110	50%
Vacío	9	4%
Total	**220**	**100%**

Cuadro#11
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 10

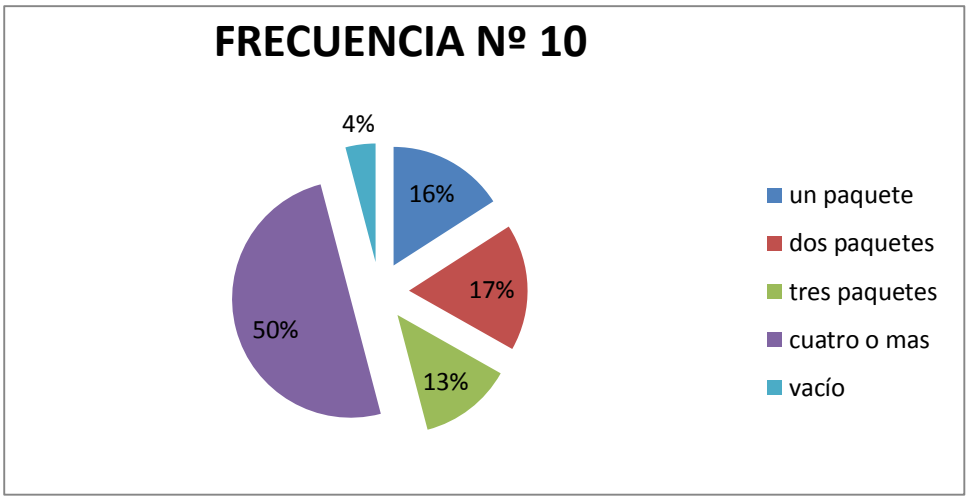


Grafico 10
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles la cantidad que consume de galletas el porcentaje más alto es del 60% que consumen de cuatro o más paquetes de galletas, en cambio un 13% señalaron que consumen un paquete de galletas, el tercer porcentaje es de 12% donde indican que consumen dos paquetes de galletas, un 10% mencionaron que consumen tres paquetes de galletas y por último el 5% decidió no contestar.

11. ¿Cuál es la marca de galletas que prefiere usted?

Cuadro #12

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nestlé	90	41%
Nabisco	77	35%
Quaker	25	11%
Noel	23	10%
Vacío	5	2%
Total	**220**	**100%**

Cuadro# 12
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 11

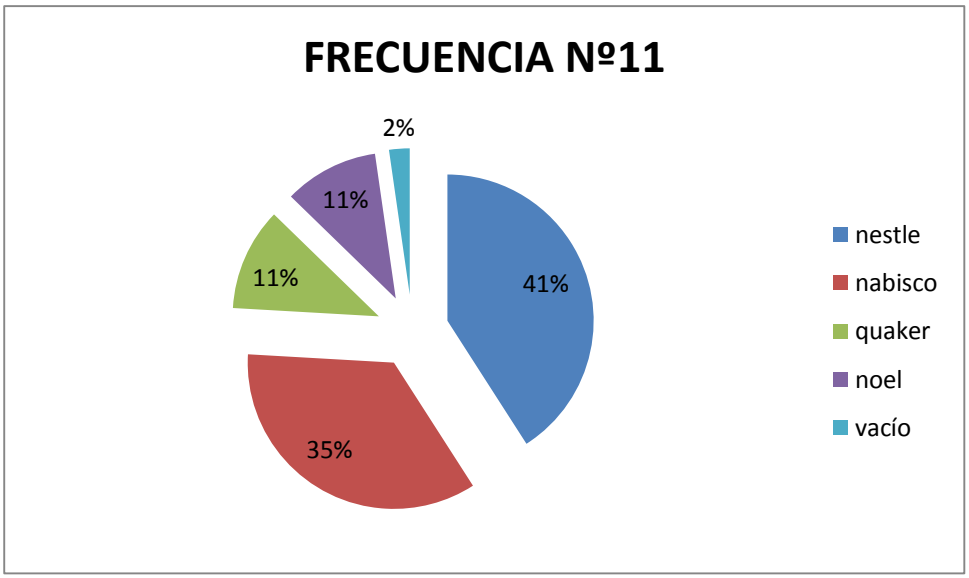


Grafico # 11
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles su marca de preferencia el porcentaje más alto es del 41% que prefieren galletas de marca Nestlé, en cambio un 35% señalaron que prefieren galletas Nabisco, el tercer porcentaje es de 11% donde indican que prefieren las galletas de marca Quaker, un 10% mencionaron que prefieren galletas Noel y por último el 2% decidió no contestar.

12. ¿Le gustaría consumir galletas nutritivas?

Cuadro #13

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	202	92%
No	10	5%
vacío	8	4%
Total	**220**	**100%**

Cuadro #13
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 12

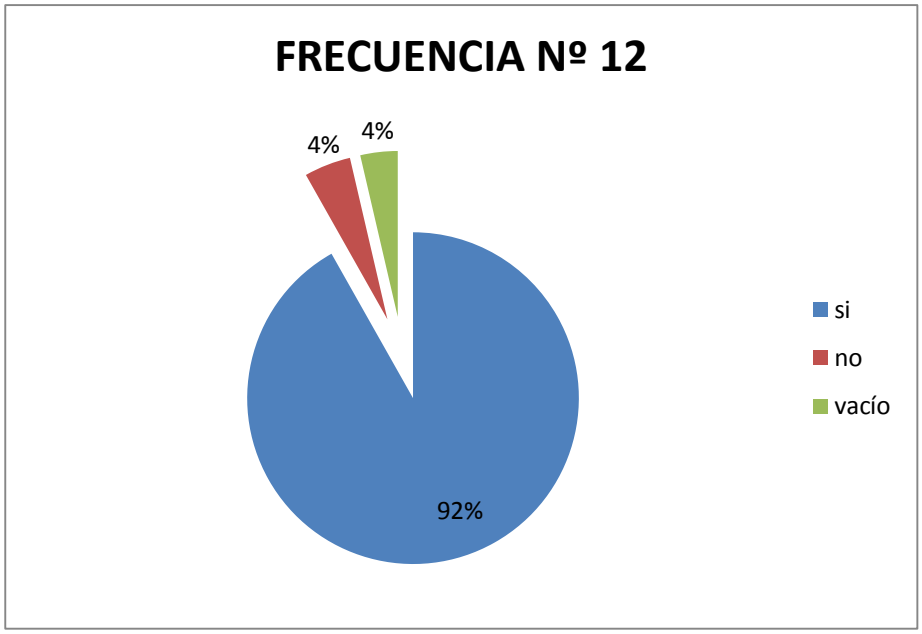


Grafico 12
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: En la aplicación de la encuesta en la ciudad de Loja, el 92% de los encuestados supieron manifestar que si desean consumir galletas nutritivas, un 5% no lo desea y el 4% decidió no contestar.

13. ¿Ha escuchado hablar del amaranto?

Cuadro #14

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	4%
No	190	94%
vacío	3	1%
Total	**202**	**100%**

Cuadro#14
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 13

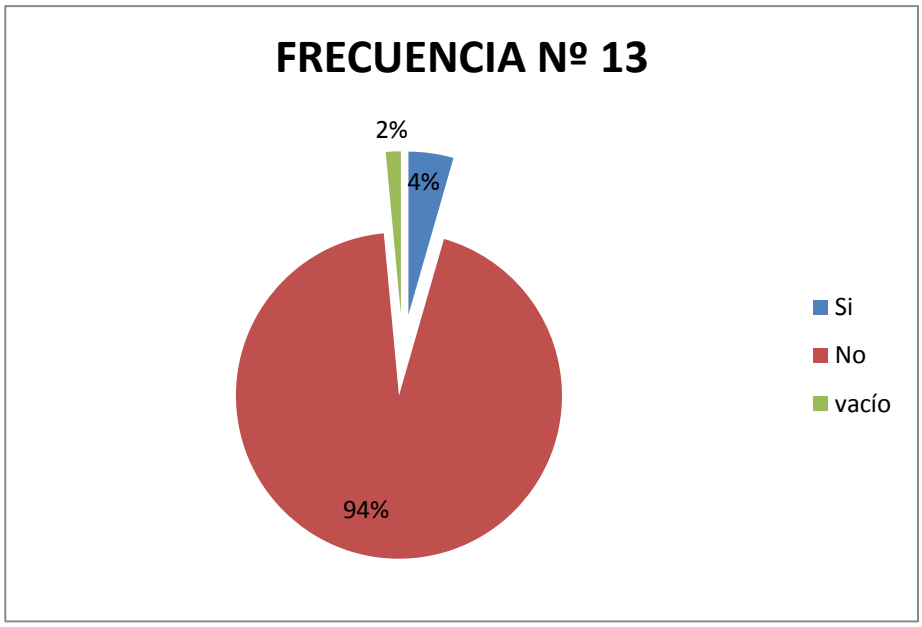


Grafico 13
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: En la aplicación de la encuesta en la ciudad de Loja, el 94% de los encuestados supieron manifestar que no han escuchado sobre el amaranto, un 4% si ha escuchado sobre este producto y el 1% decidieron no contestar.

14. ¿Conocía que el amaranto tiene mayor nivel nutricional que la quinua?

Cuadro #15

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	4%
No	190	94%
vacío	3	1%
Total	**202**	**100%**

Cuadro #15
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 14

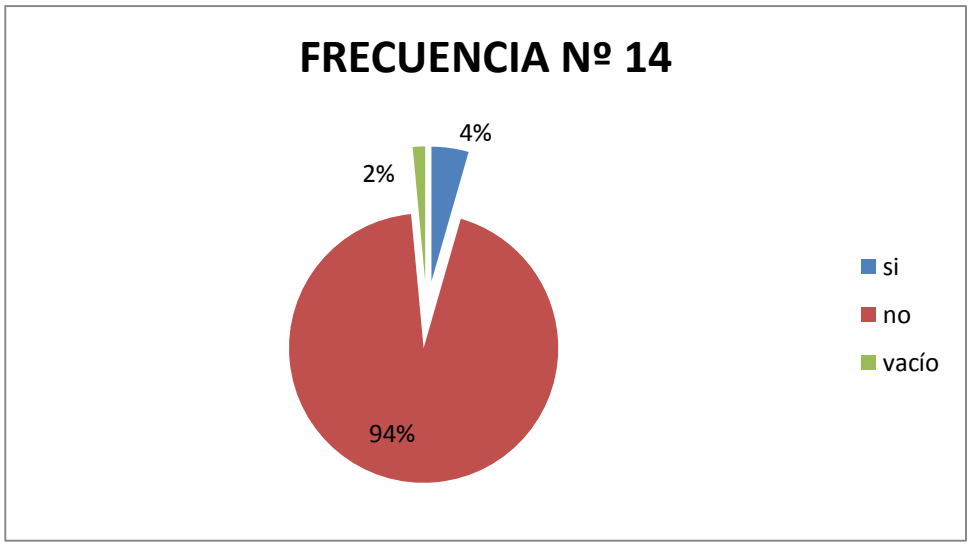


Grafico 14
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: En la aplicación de la encuesta en la ciudad de Loja, el 94% de los encuestados supieron manifestar que no han escuchado sobre el amaranto, un 4% si ha escuchado sobre este producto y el 1% decidieron no contestar.

15. ¿Le gustaría que se elaboren productos a base del amaranto?

Cuadro #16

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	200	99%
No	2	1%
Total	**202**	**100%**

Cuadro#16
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 15

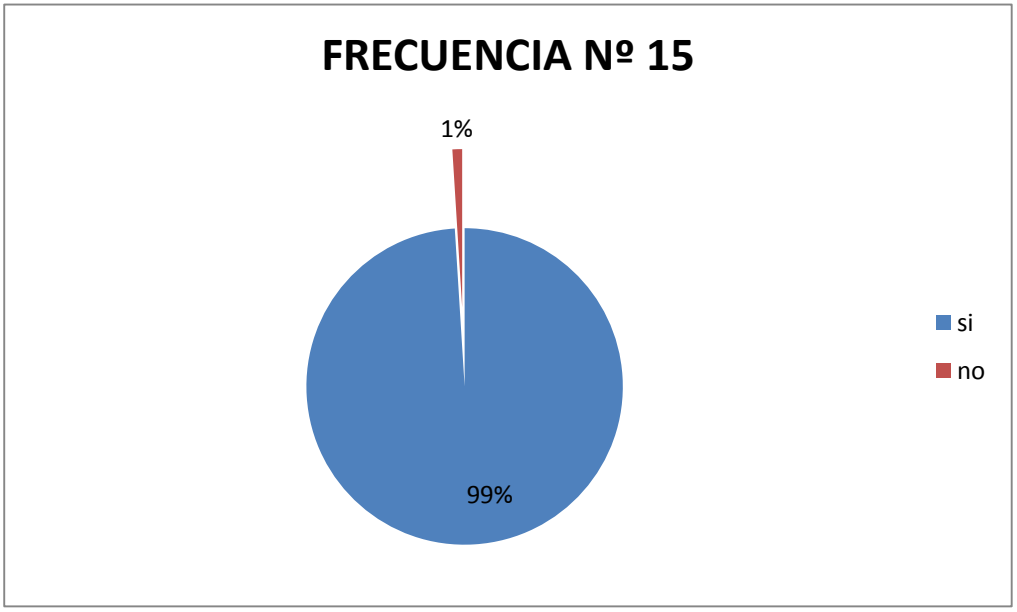


Grafico 15
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: En la aplicación de la encuesta en la ciudad de Loja, el 99% de los encuestados supieron manifestar que si le gustaría que se realicen productos a base del amaranto, un 1% no lo desea.

16. ¿Qué producto seria de su preferencia?

Cuadro #17

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
galletas de amaranto	150	74%
ponche de amaranto	22	11%
pastel de amaranto	18	9%
pan de amaranto	9	4%
otros	3	1%
Total	**202**	**100%**

Cuadro#17
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico # 16

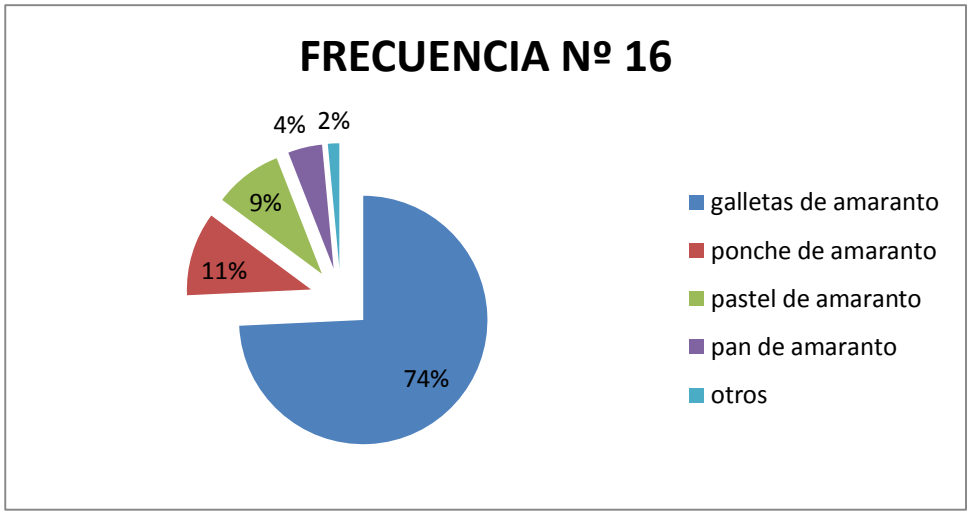


Grafico 16
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuál sería su producto de preferencia el porcentaje más alto es del 74% que prefieren galletas de amaranto, en cambio un 11% señalaron que prefieren ponche de amaranto, el tercer porcentaje es de 9% donde indican que prefieren pastel de amaranto, un 4% mencionaron que prefieren pan de amaranto, por último el 2% prefieren otro producto.

17. ¿Si se implementara una empresa de elaboración y comercialización de galletas de amaranto usted la adquiriría?

Cuadro #18

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	196	97%
No	4	2%
vacío	2	1%
Total	**202**	**100%**

Cuadro #18
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico #17

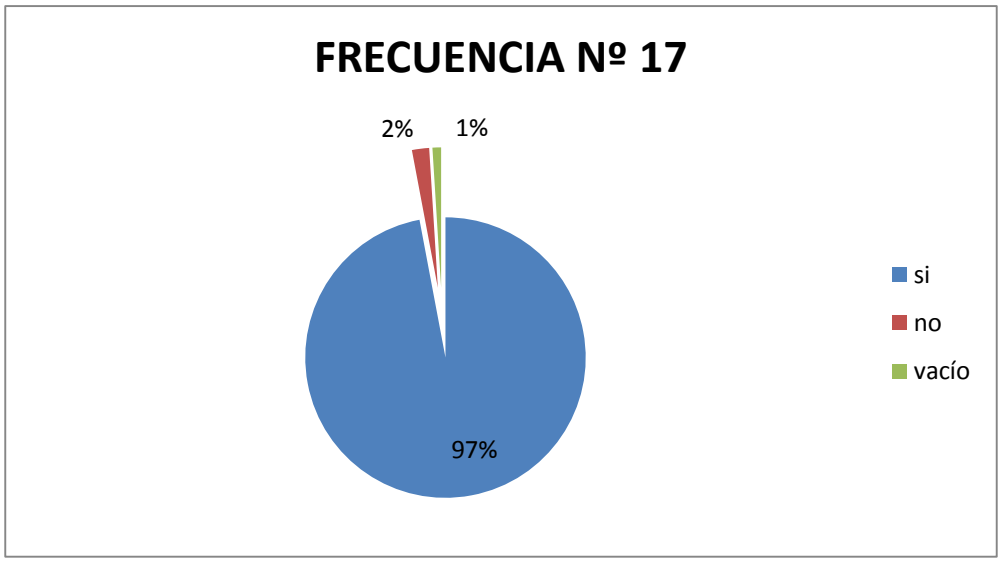


Grafico 17
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: En la aplicación de la encuesta en la ciudad de Loja, el 97% de los encuestados supieron manifestar que si adquirirían las galletas de amaranto, un 2% no contesto y el 1% no las adquirirían.

18. ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?

Cuadro #19

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
tiendas	174	86%
súper mercados	20	10%
micro mercados	8	4%
Total	**202**	**100%**

Cuadro# 19
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico #18

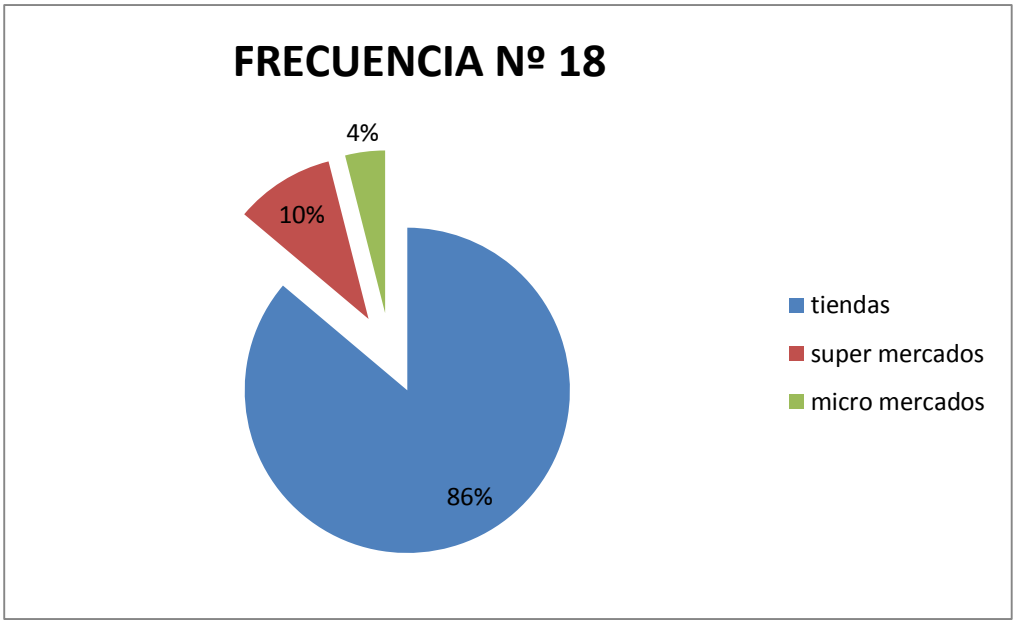


Grafico 18
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles el lugar que prefieren para obtener el producto el porcentaje más alto es del 86% que prefieren obtenerlo en tiendas, en cambio un 10% prefieren obtener el producto en súper mercados, por último el 4% prefieren obtener en micro mercados.

19. ¿En qué presentación le gustaría adquirirlo?

Cuadro #20

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
fundas	176	87%
carton	24	12%
otros	2	1%
Total	**202**	**100%**

Cuadro# 20
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico #19

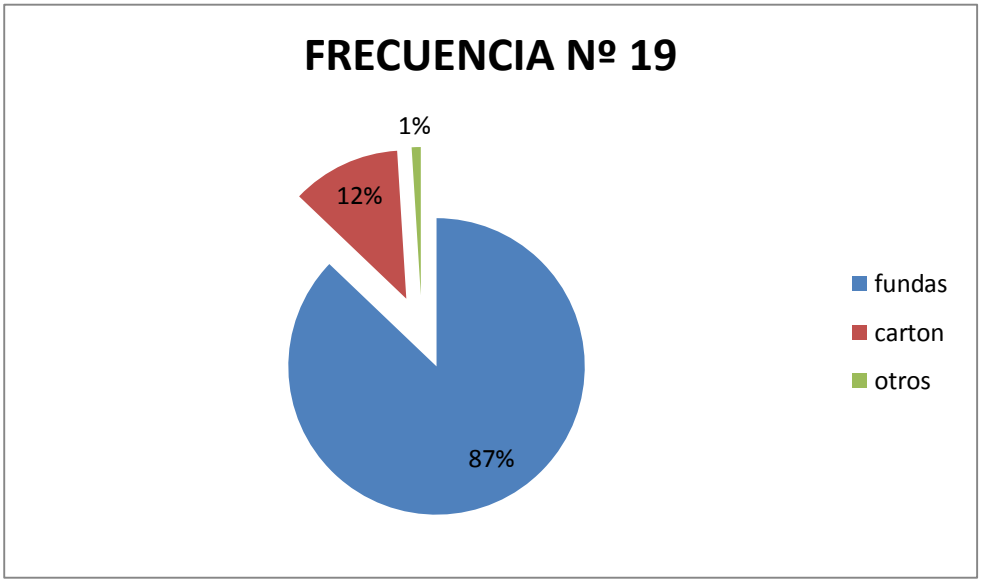


Grafico 19
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles en qué presentación prefieren que este el producto el porcentaje más alto es del 87% que prefieren obtenerlo en funda, en cambio un 12% prefieren obtener el producto en cartón, por último el 1% prefieren obtener en otra presentación.

20. ¿En qué medios de comunicación le gustaría enterarse del producto?

Cuadro #21

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
prensa	135	67%
radio	25	12%
televisión	18	9%
hojas volantes	8	4%
redes sociales	16	8%
Total	**202**	**100%**

Cuadro#21
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico #20

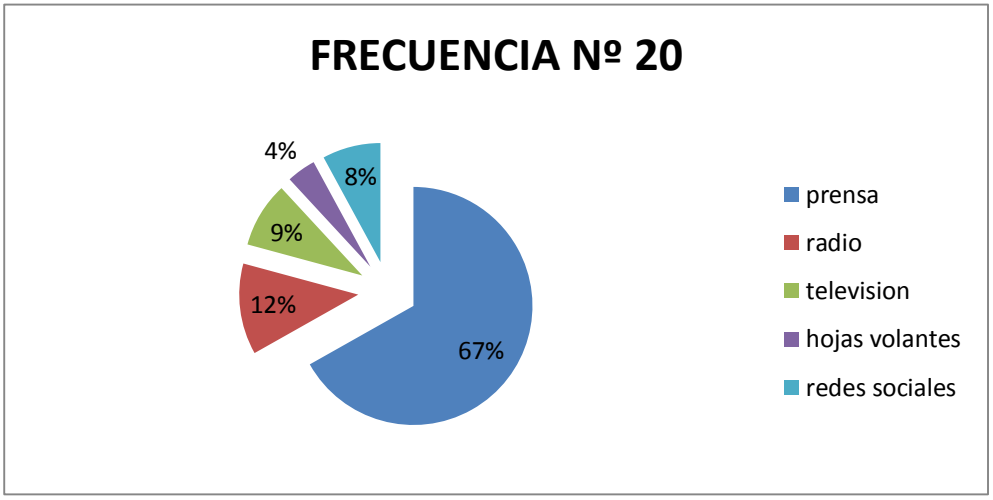


Grafico 20
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultar el medio de comunicación de su preferencia para conocer del producto el porcentaje más alto es del 67% que prefieren la prensa, en cambio un 12% señalaron que prefieren enterarse por las redes sociales, el tercer porcentaje es de 9% donde indican que prefieren saber del producto por radio, un 8% prefiere conocer por televisión, por último el 4% prefieren que se lo realice por hojas volantes.

Análisis e Interpretación de la entrevista realizada a los principales ofertantes de galletas en la ciudad de Loja (ver anexo 4)

1. **¿El local en el cual ofrece los productos es?**

Cuadro #22

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
propio	8	40%
arrendado	12	60%
Total	**20**	**100%**

Cuadro#22
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 21

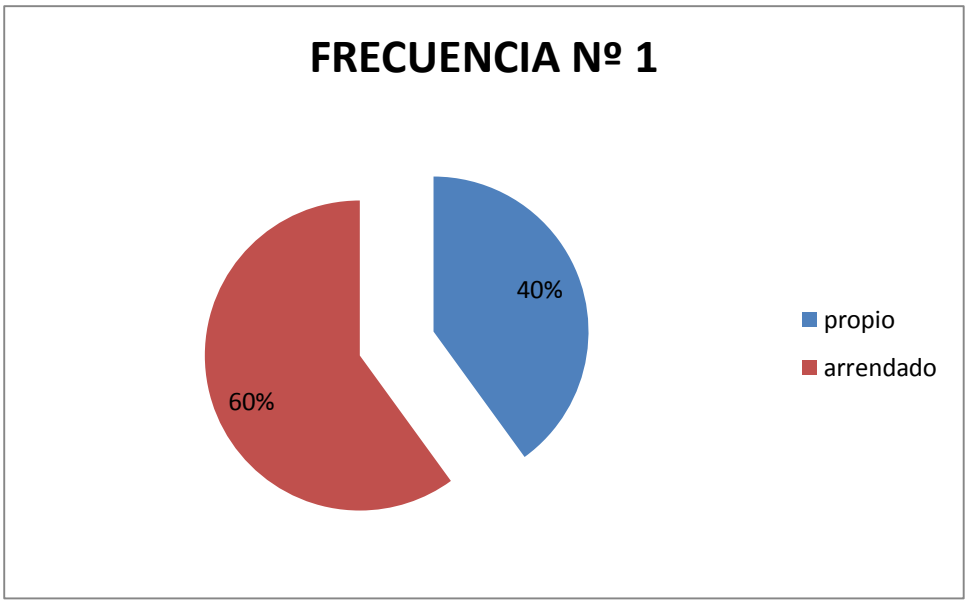


Grafico 21
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consulta si el local es propio o arrendado el porcentaje más alto es del 60% que es arrendado, en cambio un 40% es local propio. Ver anexo 4

2. ¿Usted en su negocio ofrece galletas de diferente tipo?

Cuadro #23

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	15	75%
no	5	25%
Total	**20**	**100%**

Cuadro 23
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 22

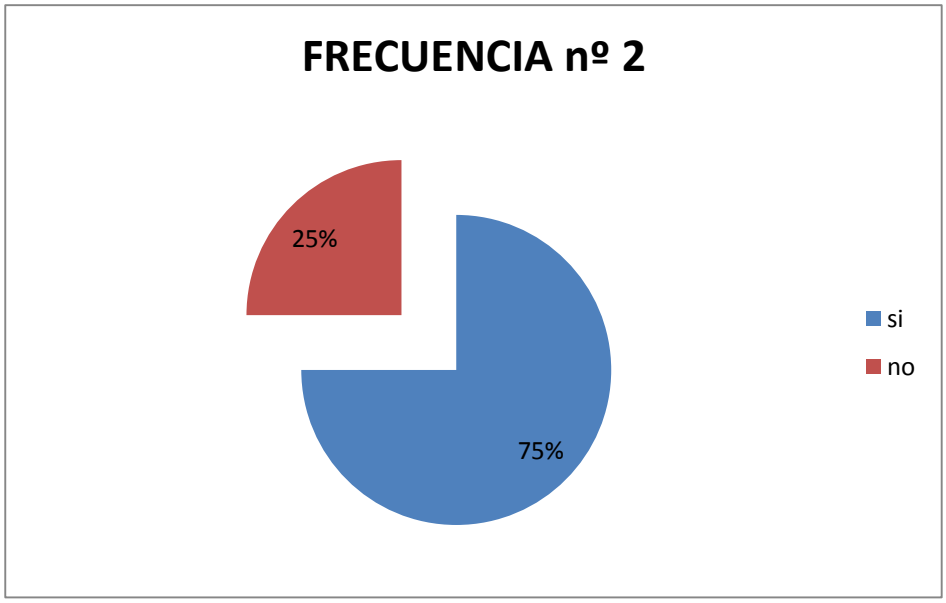


Grafico 22
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: A la consulta si en el local ofrece variedad de producto el porcentaje más alto es del 75% que ofrecen diferentes tipos de galletas, en cambio un 25% ofrecen galletas de tipo específico.

3. **¿Qué tipo de galletas vende más?**

Cuadro #24

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Light	3	15%
Nutritivas	5	25%
Medicinales	3	15%
Sal y dulce	9	45%
total	**20**	**100%**

Cuadro# 24
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 23

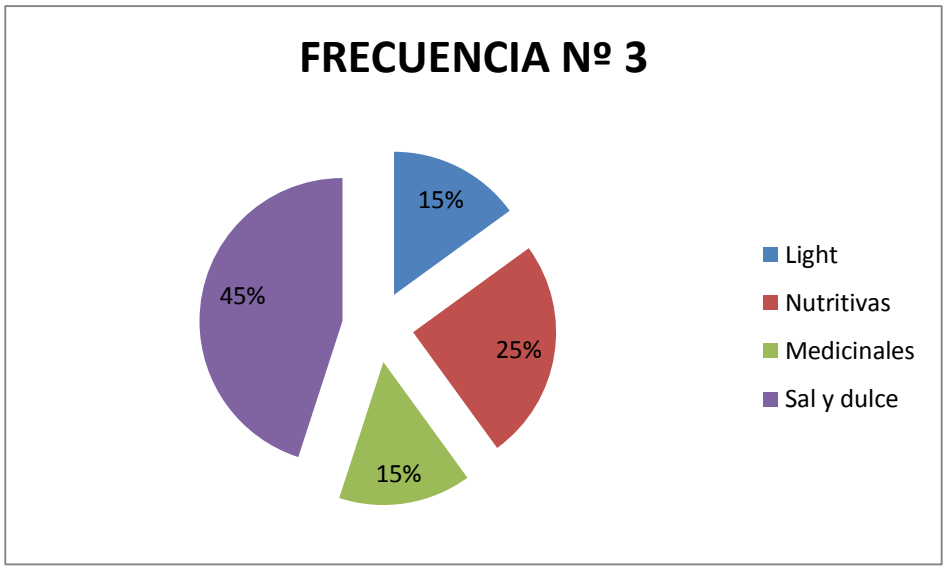


Grafico 23
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles en qué tipo de galletas vende más el porcentaje más alto es del 45% que prefieren de sal y dulce, en cambio un 25% prefieren galletas nutritivas, un 15% prefieren galletas light, por último el 15% prefieren galletas medicinales.

4. ¿Cuántos paquetes de galletas nutritivas vende mensualmente?

Cuadro #25

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100-200	10	50%
201-300	2	10%
301-400	3	15%
401-500 o mas	5	25%
total	**20**	**FALSO**

Cuadro# 25
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 24

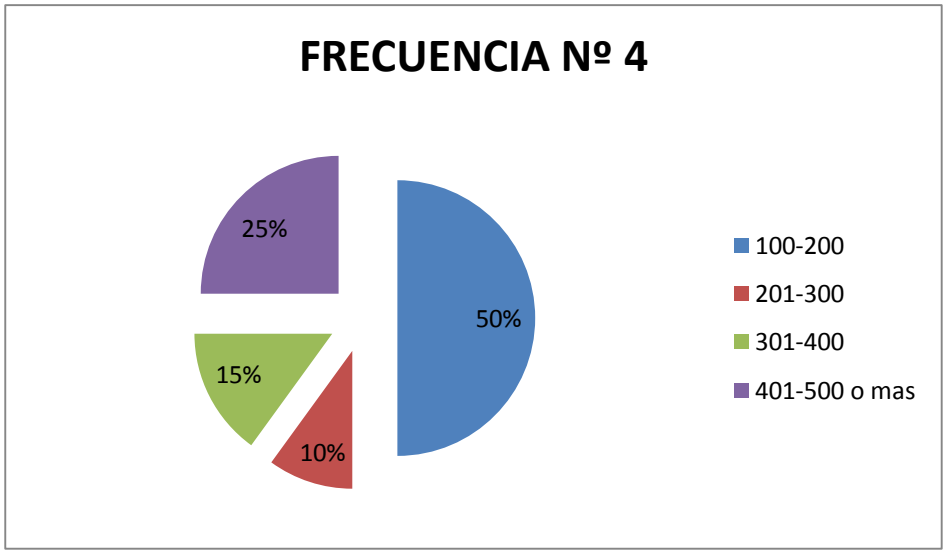


Grafico 24
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles cuantos paquetes de galletas vende más el porcentaje más alto es del 50% que venden de 100-200 paquetes, en cambio un 25% venden de 401-500 paquetes, un 15% venden de 301-400 paquetes y por último el 10% que venden de 201-300paquetes de galletas

5. ¿Con que frecuencia es visitado por sus proveedores?

Cuadro #26

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	5	25%
Quincenal	7	35%
Mensual	8	40%
Total	**20**	**100%**

Cuadro#v26
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 25

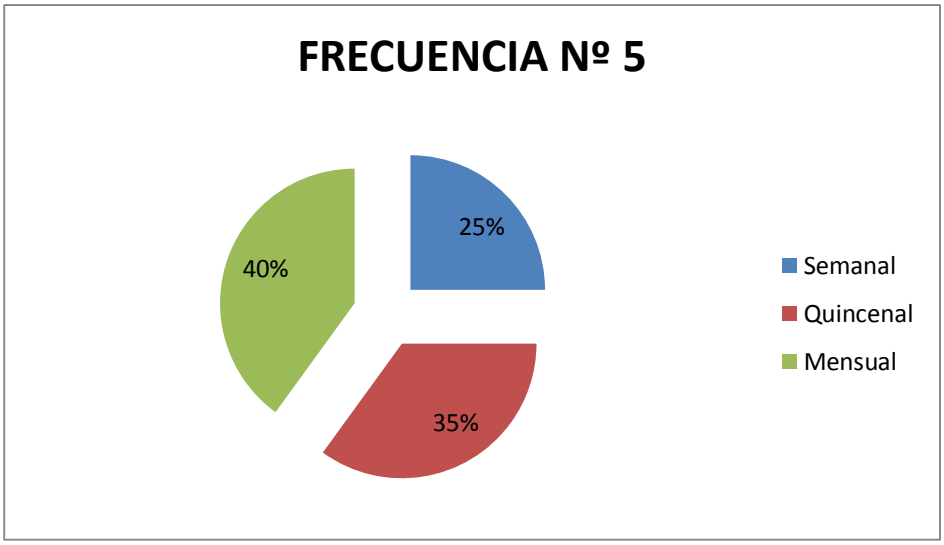


Grafico 25
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles con qué frecuencia van sus proveedores manifestaron en un porcentaje alto de 40% que los visitan mensualmente, en cambio un 35% los visitan quincenalmente, un 25% los visitan semanalmente.

6. **¿Sus proveedores le brindan créditos?**

Cuadro #27

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	85%
No	3	15%
Total	**20**	**100%**

Cuadro#27
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 26

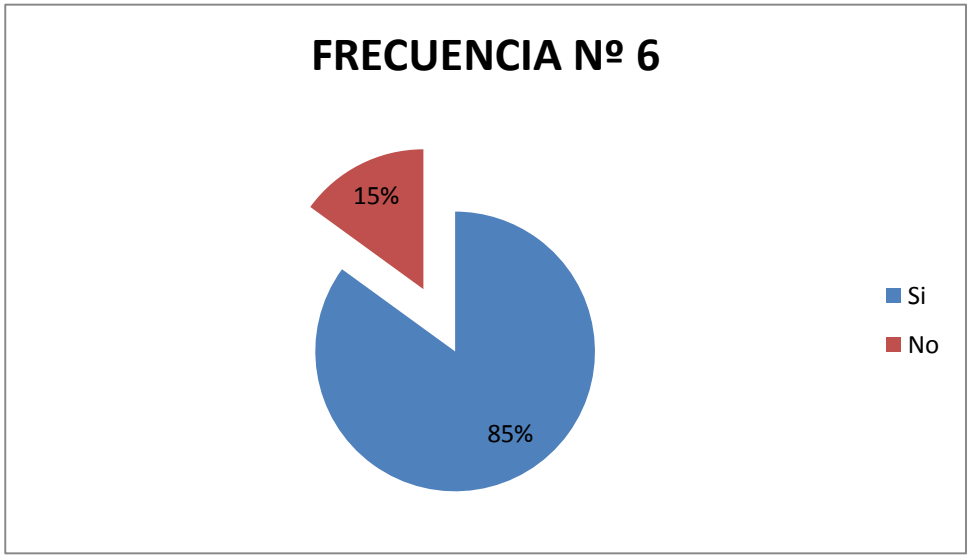


Grafico 26
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles si los proveedores les brindan crédito el porcentaje más alto es del 85% que si les ofrecen un tipo de crédito, en cambio un 15% no les ofrece ningún crédito.

7. ¿De ser afirmativa la pregunta Anterior que plazo le brindar para cancelar?

Cuadro #28

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 semana	4	20%
15 dias	5	25%
1 mes	11	55%
Total	**20**	**100%**

Cuadro# 28
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 27

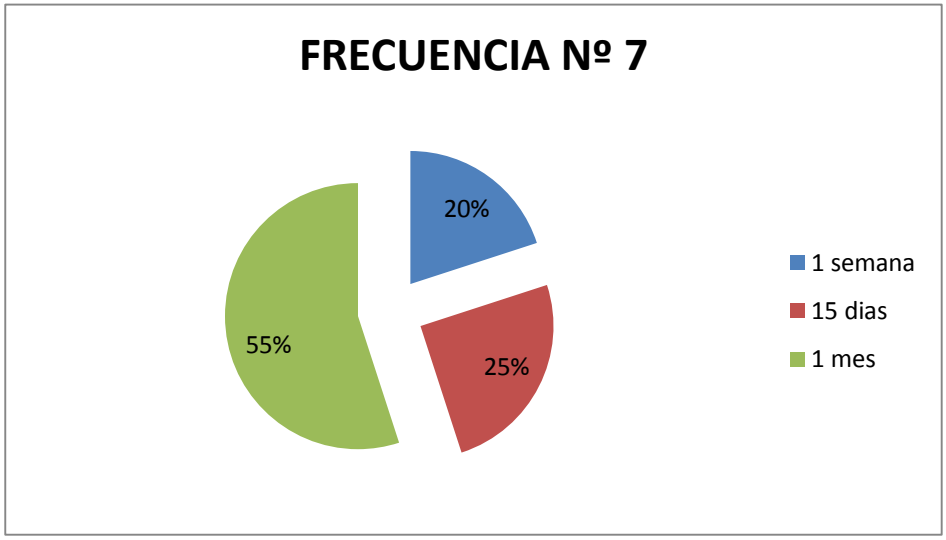


Grafico 27
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles que plazo le brindan para el porcentaje más alto es de 55% con un plazo de un mes, en cambio un 25% un plazo de veinticinco días, y un 20% un plazo de una semana.

8. ¿Usted realiza algún tipo de publicidad?

Cuadro #29

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	75%
No	5	25%
Total	**20**	**100%**

Cuadro# 29
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 28

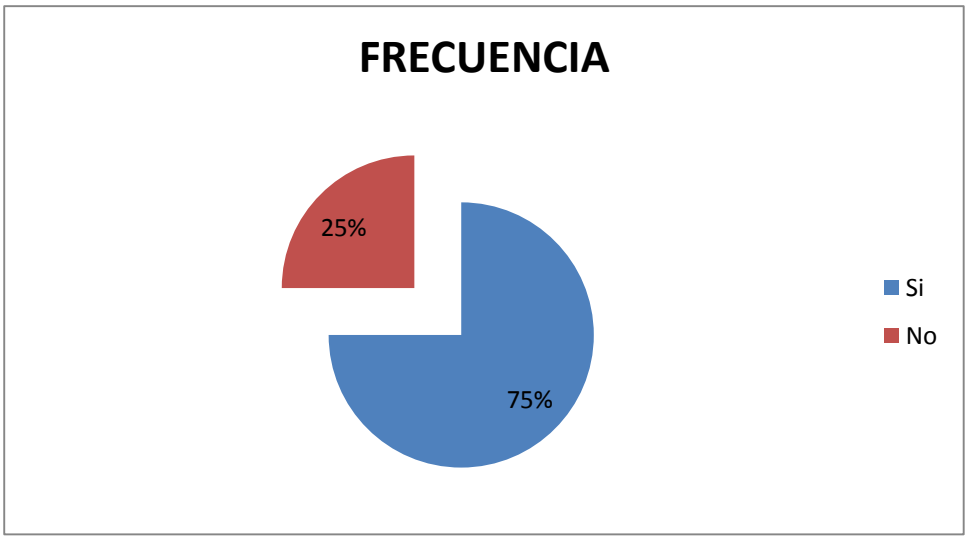


Grafico 28
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultarles si realizan algún tipo de publicidad el porcentaje más alto es del 75% que si realizan un tipo de publicidad para su negocio, en cambio un 25% no realiza ningún tipo de publicidad.

9. ¿De ser afirmativa la pregunta. Anterior indique que tipo de publicidad realiza?

Cuadro #30

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	5	25
Prensa	7	35
Televisión	5	25
Hojas volantes	3	15
Vallas publicitarias	4	20
Total	**24**	

Cuadro# 30
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

Grafico 29

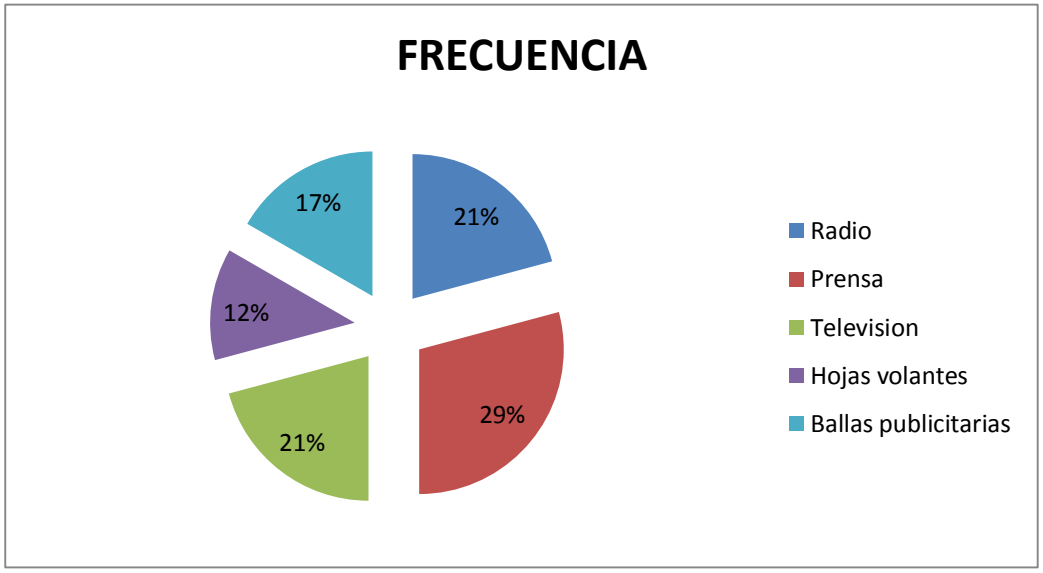


Grafico 29
Elaboración: la autora
Fuente: Encuesta realizada

ANÁLISIS: Al consultar que tipo de publicidad realiza el porcentaje más alto es del 29% que prefieren la prensa, en cambio un 21% señalaron que prefieren la televisión, el tercer porcentaje es de 21% donde indican que prefieren la radio, un 17% prefieren las vallas publicitarias, por último el 12% prefieren las hojas volantes.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

En esta parte se analizaran la demanda y la oferta para de esta manera de terminar las estrategias comerciales necesarias para la prestación del servicio.

Análisis de la demanda

Este análisis me permitirá determinar la demanda total, real y efectiva para así conocer en qué situación se encuentran cada una de ellas, en relación al producto que se quiere elaborar y comercializar.

Por otra parte el análisis de la demanda me indicará cuales son las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos del producto por parte del mercado y de esta manera establecer las posibles oportunidades que tendrá esta empresa para atender los requerimientos del mercado.

Tome la población de referencia o muestra que en este caso es de 381 y que equivale a 58.098 de la población total de familias en el año 2013, continuando proyecte la población para los años de vida útil del proyecto, la tasa de crecimiento que se utilizo fue la tasa de crecimiento que da el INEC de la cuidad de Loja que es de 2,65%; con lo cual obtuve lo siguiente:

Cuadro # 31

AÑOS	POBLACION(familias)
2013	58098
2014	59638
2015	61218
2016	62840
2017	64506
2018	66215

Elaboración: la autora
Fuente: INEC

DEMANDA POTENCIAL

Con los datos obtenidos del incremento poblacional se realiza la obtención de la demanda potencial, se obtiene con el dato obtenido en la pregunta Nro.2 a los demandantes.

Para obtener los datos de Demanda Potencial tomamos:

DP= Población * Porcentaje

DP= 58,098 *73% =42, 464

CUADRO Nº 32

DEMANDA POTENCIAL

PERIODO	AÑOS	POBLACIÓN TOTAL T. C.	Demanda potencial
		2,65%	73%
0	2.013	58.098	42.464
1	2.014	59638	43.589
2	2.015	61218	44.744
3	2.016	62840	45.930
4	2.017	64506	47.147
5	2.018	66215	48.396

FUENTE: INEC.
ELABORACIÓN: la Autora

DEMANDA REAL

Se calcula la demanda real en base de la demanda potencial del resultado de la pregunta Nro. 12 en la cual se pregunta si desea consumir galletas nutritivas en la actualidad.

Para obtener los datos de Demanda Real tomamos:

DR= Demanda Potencial * Porcentaje

DR= 42,464 * 92% = 38,989

CUADRO Nº 33

DEMANDA REAL

PERIODO	AÑOS	POBLACIÓN TOTAL T. C.	Demanda potencial	Demanda real
		2,65%	73%	92%
0	2.013	58.098	42.464	38.989
1	2.014	59638	43.589	40.023
2	2.015	61218	44.744	41.083
3	2.016	62840	45.930	42.172
4	2.017	64506	47.147	43.290
5	2.018	66215	48.396	44.437

FUENTE: Cuadro Nº 33
ELABORACIÓN: la autora

DEMANDA EFECTIVA

Para establecer la demanda efectiva se tomó en consideración los datos del cuadro #18 (página 50, pregunta 17) que nos dice que del total de la demanda real de 38,989 correspondiente al 100% el 97% corresponden a la demanda efectiva del proyecto en números seria 13761, que con el cálculo de la proyección dará datos para cada año en cuestión.

DE= D. Real * Porcentaje

DE= 7792 *65% = 5065

CUADRO Nº 34

DEMANDA EFECTIVA

PERIODO	AÑOS	POBLACIÓN TOTAL T. C.	Demanda potencial	Demanda real	Demanda efectiva	Consumo promedio	Demanda futura
		2,65%	73%	92%	97%	87,49	
0	2.013	58.098	42.464	38.989	37831	87	3291328
1	2.014	59638	43.589	40.023	38834	87	3378548
2	2.015	61218	44.744	41.083	39863	87	3468080
3	2.016	62840	45.930	42.172	40919	87	3559984
4	2.017	64506	47.147	43.290	42004	87	3654323
5	2.018	66215	48.396	44.437	43117	87	3751163

FUENTE: Cuadro Nº 34
ELABORACIÓN: la Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto que consiste ofrecer galletas nutritivas a base de amaranto se tomó en cuenta la competencia.

La ciudad de Loja cuenta con un número pequeño de empresas productoras de galletas, las mismas que tratan de satisfacer la gran demanda que existe en la ciudad.

Se ha tomado en consideración solamente los locales que se dedican a la venta del producto que se ofrece.

Cuadro # 35

Oferta Anual encuesta oferta

años	oferta
0	763.200
1	778.464
2	794.033
3	809.914
4	826.112
5	842.634

FUENTE: Información personal
ELABORACIÓN: la Autora

Balance Oferta – Demanda

CUADRO Nº 36

Balance oferta y demanda

años	demanda	oferta	Demanda no satisfecha
0	3.291.328	763.200	2.528.128
1	3.378.548	778.464	2.600.084
2	3.468.080	794.033	2.674.046
3	3.559.984	809.914	2.750.070
4	3.654.323	826.112	2.828.211
5	3.751.163	842.634	2.908.528

FUENTE: Cuadro Nº 39
ELABORACIÓN: la Autora

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto de producción y comercialización de galletas de amaranto en la ciudad de Loja tomare en consideración la demanda efectiva frente a la demanda insatisfecha que solo se ha considerado según los análisis respectivos de la oferta y la demanda.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Realizando un análisis del plan de comercialización es de vital importancia considerar en el proyecto las variables del marketing como es el precio, plaza y promociones del servicio (publicidad, promociones, propaganda

Logotipo de la Empresa:

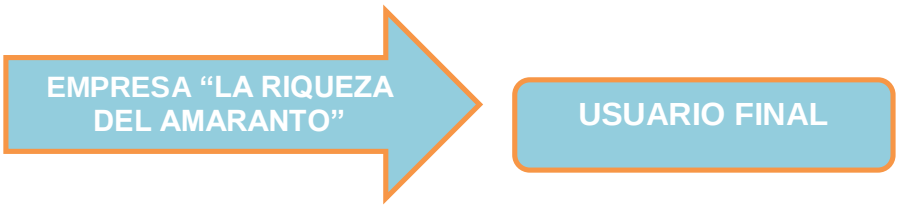
Grafico 30

LA RIQUEZA DEL AMARANTO

Características del Servicio:

La producción y comercialización de galleas de amaranto en la ciudad de Loja contara con: puntualidad, precios cómodos y accesibles, brindando siempre servicios de calidad y a su vez garantizar el bienestar y fidelidad de toda nuestra clientela.

Canal de Comercialización:



El canal de comercialización de las galletas de amanto será de forma directa (servicio – usuario final); el cual consiste en la venta directa al consumidor final.

Campaña Publicitaria:

Para dar a conocer el servicio que prestara la empresa LA RIQUEA DEL AMARANTO, se lo realizará a través de hojas volantes, radio a la vez que

publicidad en las estafetas de la empresa, en los principales canales de la televisión tanto local como regional.

CUADRO Nº 30

campaña publicitaria	numero de cuñas publicitarias en horas(mensuales)	costo unitario	total
Radio Kokodrilo	2	6,75	13,5
Ecotel tv	6	20,5	123
Diario La Hora	1	3,5	3,5
			140

Para el cálculo se usó lo siguiente: se tomó en consideración las 4 horas de programación diaria multiplicada por los 7 días dando un total de 28 horas semanales, este valor por las 4 semanas del mes y esta el valor de 112 horas semanales, se lo divide para el numero de espacios que se dará en el mes que es de 2 y está 56 cuñas reales mensuales divididas para el numero de semanas y de días que nos da un valor de 2 cuñas diarias en un periodo de 4 horas diarias donde se podrá elegir el tiempo que estará al aire la propaganda que no sea superior a 40 segundos.

Formato de hoja volante

Grafico 31

Promociones del Servicio:

- ✓ Por la compra de una caja de galletas en nuestro local recibe gratis dos paquetes adicionales.
- ✓ Por la compra de dos paquetes grandes recibe un pequeño adicional.
- ✓ Días de descuento del 30% y 25%.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

Este estudio permite diseñar técnicamente le utilización óptima de los recursos necesarios para la elaboración del proceso del servicio y brindar de esa forma un servicio de calidad.

Hace relación a la capacidad de producción que se tendrá durante el tiempo de vida del proyecto, refiriéndose a la capacidad instalada y esta se mide en unidades producidas por año.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

Tamaño de la empresa

La empresa de producción y comercialización “LA RIQUEZA DEL AMARANTO” CIA. LTA., ofrecerá su producto que son galletas nutritivas a base del amaranto.

CAPACIDAD DE LA MAQUINARIA

CAPACIDAD INSTALADA

Se toma la referencia de la tasa máxima de producción de galletas de amaranto en un periodo determinado de acuerdo a la capacidad de producción de la maquinaria. Misma que en una hora la MESCLADORA - LAMINADORA, tiene la capacidad técnica de moldear 1000 unidades de galletas de amaranto.

UNIDADES PRODUCIDAS

Galletas producidas/ 365dias del año/ 8horas

1000/ 365/ 8 = 0,3425 Unidades producidas

CAPACIDAD INSTALADA

Unidades producidas por hora *12 horas * 365 días del año

1.000 * 12 * 365 = 4.380,000

CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
4.380.000	100%

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada constituye el nivel de rendimiento o producción con el que se hace trabajar la maquinaria y esta capacidad está determinada por el nivel de galletas producidas que se desea cubrir en un periodo de tiempo determinado.

La empresa laborará con la maquinaria, se demora aproximadamente una hora por 1000 galletas, por lo que en 8 horas de trabajo, tenemos un total de 2.920,000 galletas diarias.

Calculo de días al año

Días a la semana **5** (Lunes a Viernes) * **52** Semanas al año = **260** Días al año.

260 Días al año – **8** Días para mantenimiento, descanso = **252** Días se labora al año.

Calculo capacidad utilizada

Capacidad Instalada * **40%** Porcentaje estimado = **1.752.000** Capacidad Utilizada

Número de producción de galletas por hora

1.752.000 Capacidad Utilizada/ **252** Días al año / **8** Horas diarias = **2.172,62** Galletas en una hora.

Años	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Total
0	4380000		
1	4380000	40%	1752000
2	4380000	45%	1971000
3	4380000	50%	2190000
4	4380000	55%	2409000
5	4380000	60%	2628000

ANÁLISIS

La capacidad utilizada será del 40 % con 1.168,000 unidades para el primer año, para los siguientes años se incrementa un 5 % de capacidad a utilizar más una tasa constante de 0,0005 que será multiplicada por las unidades siguientes obteniendo así para el segundo año 1.460,000 unidades así como para el resto de años. Cabe recalcar que se brindara por paquetes las galletas estos constan de 12 galletas por paquetitos con un contenido neto de 50g.

PARTICIPACION EN EL MERCADO

años	Demanda no satisfecha	Capacidad instalada	Participa mercado
0	2.528.128	2920000	115,50%
1	2.600.084	2920000	112,30%
2	2.674.046	2920000	109,20%
3	2.750.070	2920000	106,18%
4	2.828.211	2920000	103,25%
5	2.908.528	2920000	100,39%

LOCALIZACION

Macro localización:

La empresa de producción y comercialización “LA RIQUEZA DEL AMARANTO” CIA.LTDA. Estará ubicada en Sudamérica, en el Ecuador, en la zona siete, en la provincia de Loja, en el cantón Loja.

Grafico 32

Mapa político del Ecuador

Micro localización:

La empresa de producción y comercialización “LA RIQUEZA DEL AMARANTO” CIA.LTDA. Estará ubicada en el cantón Loja, parroquia el Sagrario, sector norte de la ciudad en las calles Esmeraldas y Marcabeli.

Grafico # 33

Croquis de la empresa:

MAQUINARIA Y EQUIPO

RECURSOS HUMANOS

En lo que se refiere a mano de obra el proyecto requiere personal calificado que tenga conocimientos sobre la producción y comercialización de galletas, se espera que para el proyecto se contrate personal necesario para la producción, y comercialización del mismo.

Para el desarrollo de actividades se necesitara de los dos operarios que estarán al mando de un jefe de producción que velara por el correcto desarrollo de su trabajo.

La empresa debe encargarse de la capacitación del personal para el manejo del equipo, limpieza y seguridad**.**

Mesa de pesaje

Permite pesar la harina de una manera adecuada facilitando que la adecuada para la obtención de la materia prima

Mezcladora de harinas

Permite mezclar las harinas de una manera adecuada facilitando obtener una mezcla completa de la materia prima.

Laminador automático.

Nos permite extender la masa hasta cierto punto en el cual debe pasar a la moldeadora.

Horno de galletas.

Nos permite cocer la masa y brindar el producto final que son las galletas.

Maquina empacadora.

Nos permite colocar el producto en su respectiva envoltura.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

La ingeniería del proyecto nos permite acoplar los recursos físicos para relacionarlos con la parte técnica, es decir tiene que ver con el equipamiento del proyecto.

El objetivo de este estudio es dar solución al problema de la falta de una empresa productora y comercializadora de galletas que cuente con los requerimientos de calidad.

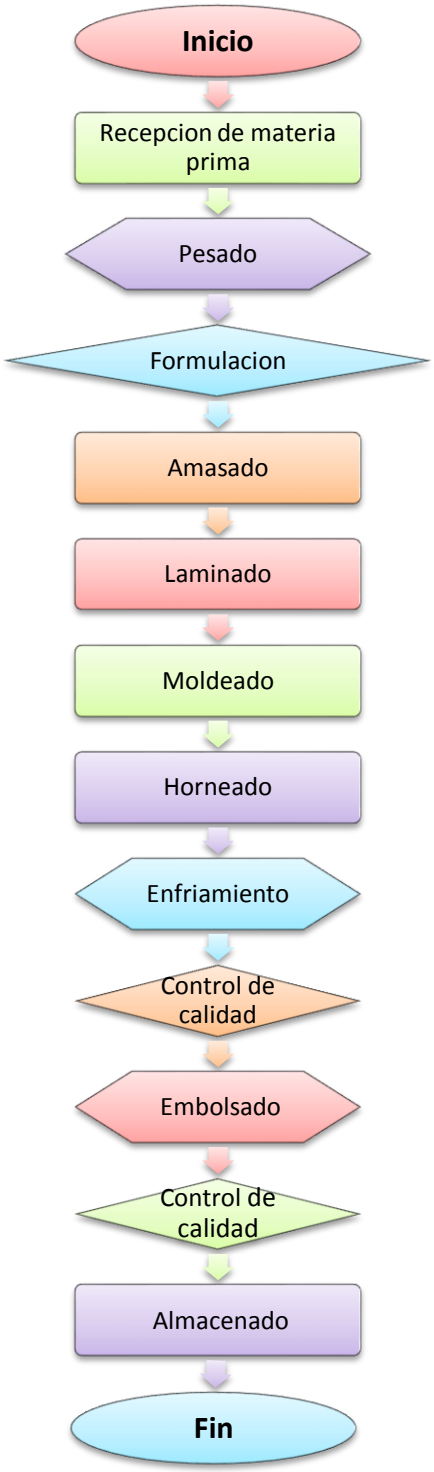
Componente Tecnológico:

Para poder brindar un producto de calidad se contara con instalaciones acordes para la producción y comercialización de las galletas.

Descripción del Servicio:

La empresa “LA RIQUEZA DEL AMARANTO” tendrá como objetivo satisfacer la demanda de un producto de galletas nutritivas que contenga un alto nivel nutrición

Flujograma del Proceso Producción



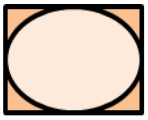
	Tiempo Minutos
Recepcion de materia prima	20 Min
Pesado	25 Min
Formulacion	50 Min
Amasado	15 Min
Laminado	20 Min
Moldeado	25 Min
Horneado	60Min
Enfriamiento	60 Min
Control de calidad	20 Min
Embolsado	30 Min
Control de calidad	20 Min
Almacenado	35Min
Fin	380 Min Total

DIAGRAMA DEL RECORRIDO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN PARA LA ELABORACION DE GALLETAS DE AMARANTO PARA 3000 GALLETAS

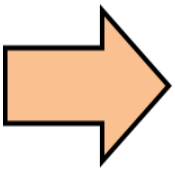
FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN E	INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	FUNCIONARIOS	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1								B	Recepción de materia prima	20 Min
2								B	Pesado	20 Min
3								B	Cernir la harina	25 Min
4								JP	Mezclado de ingredientes	25 Min
5								OP1	Amasado de mezcla	15 Min
6								OP1	Laminado	20 Min
7								OP1	Moldeado	25 Min
8								OP1	Llevar las galletas al horno	10 Min
9								OP1	Horneado	60 Min
10								OP1	Llevar las galletas a la mesa de enfriamiento	20 Min
11								OP1	Enfriamiento	40 Min
12								JP	Control de calidad	20 Min
13								OP1	Embolsado	25 Min
14								OP1	Control de calidad	20 Min
15								OP1	Almacenamiento	35 Min
18	**8**	**3**	**1**	**1**	**1**	**3**	**4**		**TOTALES**	**380** Min

Diagrama de Flujo del Servicio.

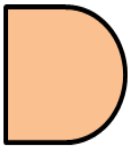
Nos permiten determinar las actividades que se realizan durante el proceso de servicio y el tiempo necesario para realizarlos, para lo cual se utiliza la siguiente simbología:



Actividad Combinada. Esto ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos acciones mencionadas, ésta técnica es la más usada para representar gráficamente los procesos.



Transporte o Traslado. Es la acción de movilizarse de un lugar a otro hacia un punto determinado.



Demora o Espera. Se da por algún contratiempo que se presente en el transcurso del servicio.

Inspección. Es la acción de inspeccionar que la programación se efectúe de acuerdo a las necesidades del usuario.

Grafico # 34

Diagrama de Flujo de las galletas de Amaranto.

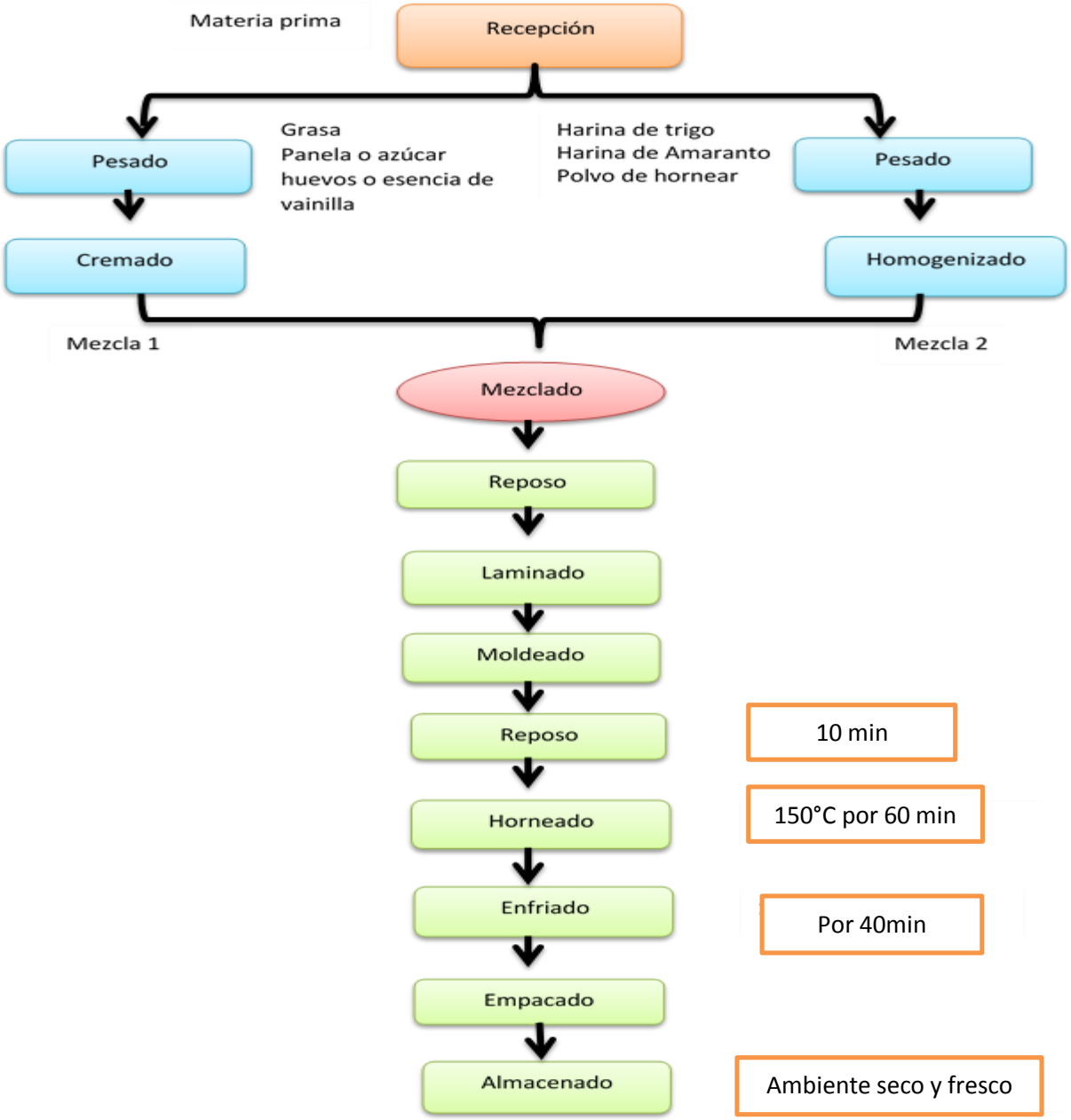


Grafico 53
Elaboración: la autora
Fuente: Investigación propia

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Grafico # 35

Gráfico 55

Elaboración: la autora

Fuente: Investigación propia

Contará con el departamento de Gerencia, seguido del departamento para la Secretaria, Contadora.

Contará con baños, el departamento de producción donde se llevaran a cabo todo el proceso a seguir para la elaboración de las Galletas de Amaranto, un espacio específico para almacenamiento o ventas y un acceso principal a los diferentes departamentos anteriormente mencionados.

DISEÑO ORGANIZACIONAL.

El diseño organizacional es un proceso, donde los gerentes toman decisiones, donde los miembros de la organización ponen en práctica dicha estrategia. El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de su organización y hacia el exterior de su organización. Los conocimientos del diseño organizacional han ido evolucionando. Al principio los procesos del diseño organizacional giraban en torno al funcionamiento interno de una organización. Las cuatro piedras angulares para el diseño de la organización. La división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía y la coordinación tienen una larga tradición en la historia del ejercicio de la administración

La empresa estará conformada por cuatro personas las cuales unirán sus capitales para iniciar sus actividades comerciales y a la vez obtener una rentabilidad con la idea de negocio. La presente empresa estará constituida como una compañía de responsabilidad limitada cuya razón social será "LA RIQUEZA DEL AMARANTO"CIA.LTDA. Ubicada en la Parroquia el Sagrario, en las calles Esmeraldas y Marcabeli (el valle) de la ciudad de Loja, destinada a la producción y comercialización de galletas de Amaranto en la ciudad de Loja con la finalidad de satisfacer las necesidades y exigencias de los demandantes del producto. El capital de la empresa estará financiado el 71% por los socios y el resto se buscara financiamiento externo. La empresa tiene una vida útil de cinco años dentro de los cuales se cumplirá con todos los requerimientos legales y se tratara de satisfacer las necesidades de los usuarios brindando hacia ellos un producto de calidad.

La empresa contara con personal administrativo que posea los conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para lograr los objetivos planteados y alcanzar la meta propuesta; además con maquinaria de última tecnología y los conocimientos profesionales con el propósito de brindar un producto de primera calidad.

Estructura Empresarial.

La empresa para cumplir con eficiencia sus actividades requiere de una estructura vertical, en donde todas sus obligaciones y decisiones recaen sobre la gerencia. La junta general está constituida por cuatro socios; en la gerencia general se encuentra uno de los socios. La empresa cuenta con un área administrativa (gerente y secretaria-contadora) y el área operativa (instalaciones, bodega y ventas).

Determinación de los Niveles Jerárquicos.

Son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean e independiente de la función que realicen.

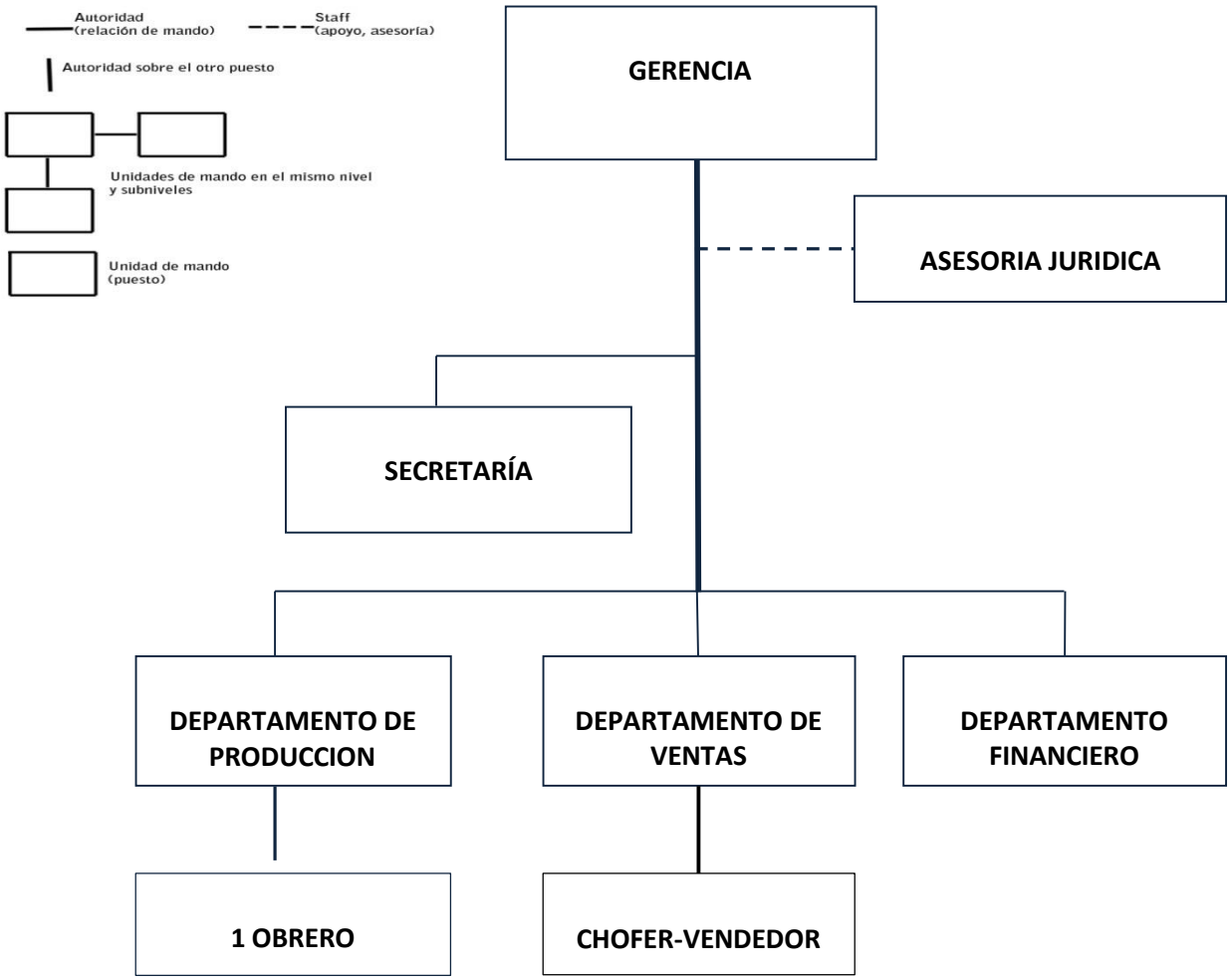
- **Nivel legislativo - directivo:** Es el que elabora y establece todo tipo de leyes y reglamentos que se aplicaran al interior de la empresa. Este nivel está conformado por la junta de socios de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo:** Es el máximo nivel de representación de la empresa, sus decisiones pueden hacer triunfar o fracasar la empresa; en este nivel se encuentra siempre el Gerente.
- **Nivel Asesor:** Por lo general en las empresas se producen algunas actividades que no son propias del accionar empresarial, pero que están presentes accionariamente y merecen un trato inmediato. En este nivel se encuentran los asesores técnicos y frecuentemente el asesor jurídico.
- **Nivel de Apoyo-Auxiliar:** Lo constituye la secretaria, es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales de la empresa.
- **Nivel Operativo:** En este nivel se encuentran todos aquellos puestos de quienes depende directamente el accionar de la empresa; se encuentran normalmente en este nivel el departamento de producción, departamento contable y departamento de mercadotecnia.

Organigramas:

Organigrama Estructural. En este organigrama se indica el esquema de cómo va a operar la nueva empresa.

GRAFICO # 36

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL "LA RIQUEZA DEL



AMARANTO"CIA.LTDA"

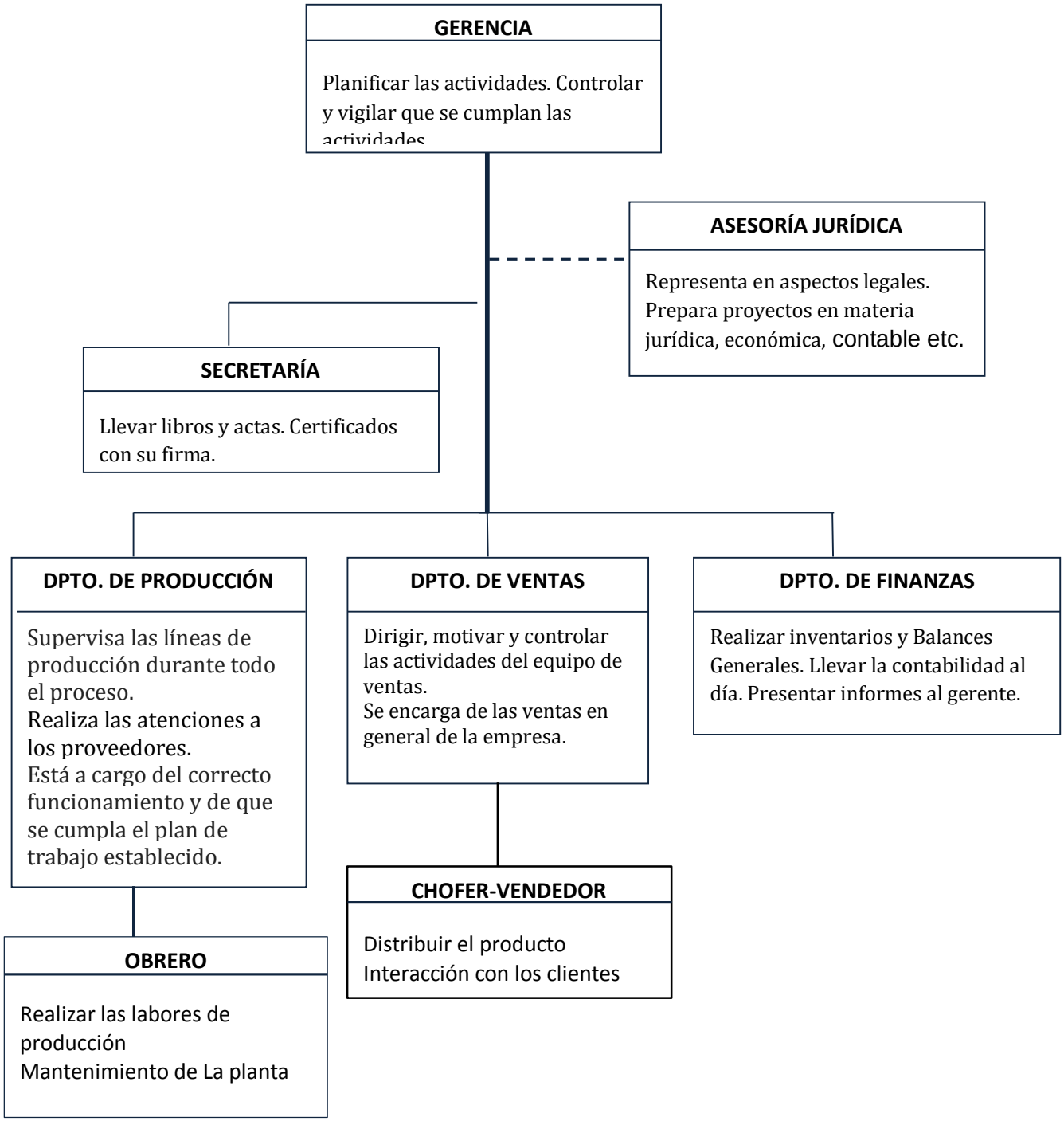
Elaboración: la autora

Fecha: 12 de diciembre del 2014

Organigrama Funcional. Se detalla las funciones del personal de la empresa.

GRAFICO # 37

ORGANIGRAMA FUNCIONAL "LA RIQUEZA DEL AMARANTO"CIA.LTDA"

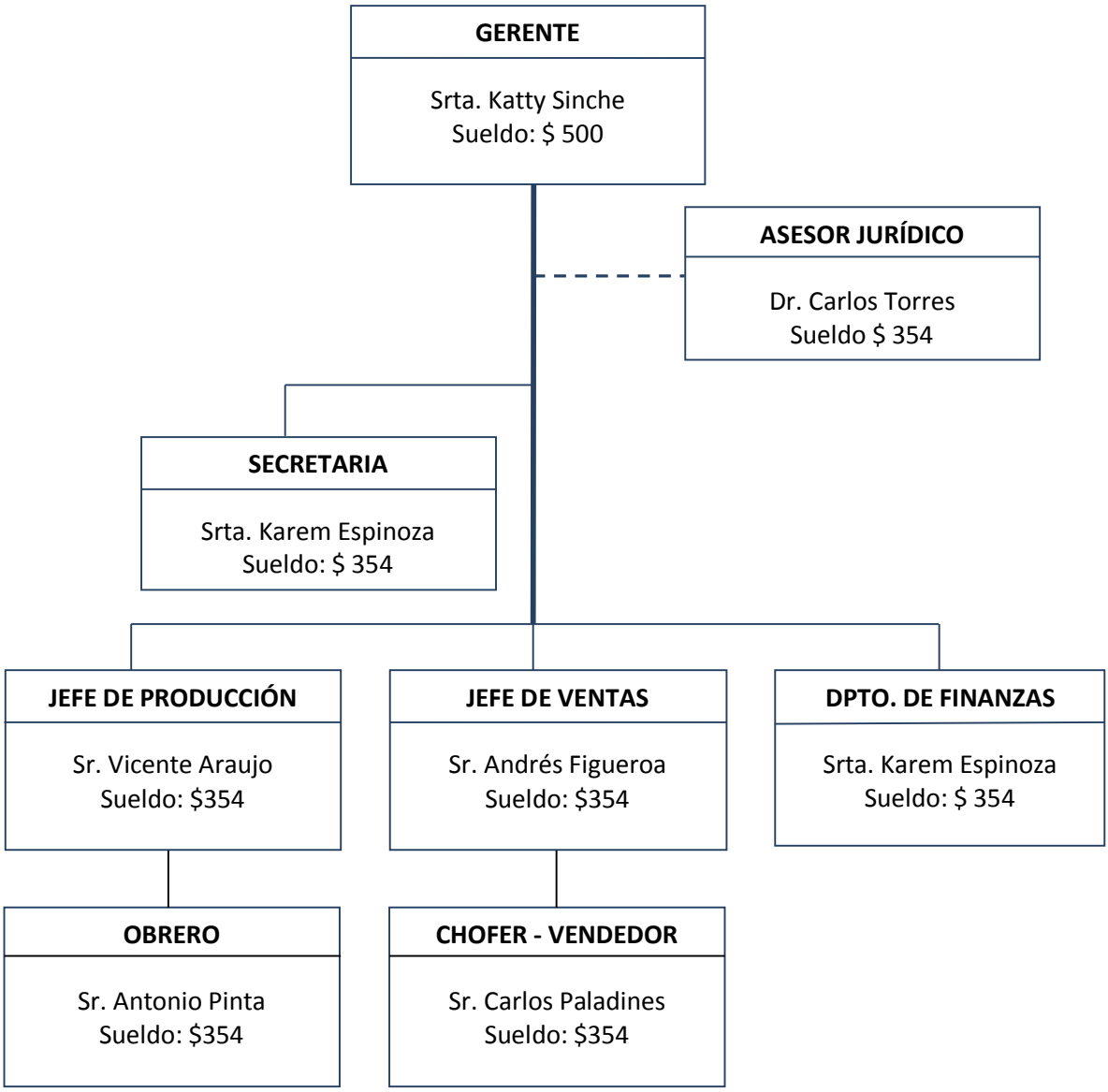


Elaboración: la autora
Fecha: 12 de diciembre del 2014

Organigrama Posicional. Se detalla los puestos y número de vacantes que existen de cada una de las funciones de la empresa.

GRAFICO # 38

ORGANIGRAMA POSICIONAL "LA RIQUEZA DEL AMARANTO"CIA.LTDA"



Elaboración: la autora
Fecha: 12 de diciembre del 2014

Manual de Funciones:

MISION: Ofrecer a nuestra distinguida clientela y público en general productos de calidad que estén acordes a sus exigencias y a precios accesibles.

VISION: Para el 2019 posicionarse en el mercado local como una empresa líder que abarque servicios que no se posean en la región sur del país aportando al desarrollo empresarial.

VALORES: La empresa contara con valores que son demostrados por cada uno de nuestros colaboradores al momento de desarrollar sus actividades, los diferentes valores que se practican son:

- Responsabilidad.
- Respeto.
- Sinceridad.
- Puntualidad.
- Honestidad.
- Amabilidad y
- Honradez

METAS DE LA ORGANIZACIÓN.

METAS EN EL AMBITO COMERCIAL: Llegar a ser la primera empresa en la región sur del país que ofrezca este producto y que posea infraestructura de primera para el desarrollo de sus actividades.

METAS EN EL AMBITO OPERATIVO: Capacitación permanente del personal para ofrecer siempre productos de calidad.

METAS EN EL AMBITO FINANCIERO: Contar con la liquidez que permita el desarrollo continuo de la empresa y el mejoramiento de sus servicios.

MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE
CÓDIGO: 001 **TITULO DEL PUESTO**: Gerente. **NIVEL:** Ejecutivo. **SUPERIOR INMEDIATO**: **SUPERVISA A:** Secretaria, Jefe de Producción, Jefe de Ventas y Contadora
NATURALEZA DEL TRABAJO: - Responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás jefes departamentales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. - Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.
FUNCIONES TIPICAS O BÁSICAS - Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. - Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa. - Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: - Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general. - Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo. - Realizar todo el proceso administrativo.
FUNCIONES OCACIONALES: Asistir a reuniones con todos los Jefes Departamentales
REQUISITOS MINIMOS: - Educación: Título de Ingeniero Comercial. - Conocimientos en programas básicos como, Excel, visual fac, etc. **EXPERIENCIA:** 4 años en funciones similares

Elaboración: Autora de la investigación

MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURIDICO
CÓDIGO: 002 **TITULO DEL PUESTO**: Asesor en Derecho Legal. **NIVEL:** Asesor. **SUPERIOR INMEDIATO**: Gerente **SUBALTERNOS:** Ninguno.
NATURALEZA DEL TRABAJO: - Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal al iniciarse la empresa. - Representar jurídicamente a la empresa. **FUNCIONES TIPICAS O BÁSICAS** - Asesorar para la realización de las actividades programadas. - Informar de la situación y estado de la empresa. - Preparar actividades y reingeniería en beneficio de la empresa. - Realizar recomendaciones en materia jurídica, económica y técnica.
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: Ejercer la representación legal del banco en problemas legales. **FUNCIONES OCACIONALES:** Participar en los litigios legales que se presentan en la empresa ya sea por parte de los empleados o terceras personas.
REQUISITOS MINIMOS: - Educación: Título de Abogado o Doctor en Jurisprudencia. - Experiencia: Mínimo 4 años en labores similares.

Elaboración: Autora de la investigación

MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA-CONTADORA
CÓDIGO: 003 **TITULO DEL PUESTO**: Secretaria. **NIVEL:** Auxiliar. **SUPERIOR INMEDIATO**: Gerente **SUPERVISA A**: Ninguno.
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza labores de secretaría así como la asistencia directa al administrador de la empresa. **FUNCIONES TIPICAS O BÁSICAS SECRETARIA** - Redactar y mecanografiar todo tipo de correspondencia, como oficios, circulares etc. - Mantener un archivo adecuado y ordenado de los documentos (oficios, memorándum). - Controlar la asistencia del personal. - Tomar dictados del Administrador en las reuniones.
FUNCIONES TIPICAS O BÁSICAS CONTADORA - Revisión de todos los movimientos contables. - Presentación al administrador de los estados financieros mensuales. - Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa y mensualmente entregar al Administrador, un balance de comprobación. - Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: - El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones. - Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general. **FUNCIONES OCACIONALES:** - Asistir a reuniones de la junta de accionistas para presentar informes.
REQUISITOS MINIMOS: - Educación: Título Universitario en Contabilidad y Auditoría - Experiencia: Mínimo 1 años en labores en puestos a fines

Elaboración: Autora de la investigación

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCIÓN
CÓDIGO: 004 **TITULO DEL PUESTO**: Jefe de Producción. **NIVEL:** Operativo. **SUPERIOR INMEDIATO**: Gerente **SUPERVISA A:** obreros.
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de producción. **FUNCIONES TIPICAS O BÁSICAS** - Elaborar y ejecutar los planes y programas de producción. - Supervisar la adquisición de insumos en su departamento. - Controlar inventarios de materias primas e insumos. - Controlar el buen uso de la maquinaria y equipo
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: - Supervisar y controlar la adecuada administración financiera y presupuestaria de la empresa **FUNCIONES OCACIONALES:** - Asistir a reuniones con el administrador para presentar informes sobre la producción que se realiza.
REQUISITOS MINIMOS: - Educación: Título de Tecnólogo en Industrias. - Experiencia: Mínimo 1 años en labores similares.

Elaboración: Autora de la investigación

MANUAL DE FUNCIONES DEL OBRERO
CÓDIGO: 005 **TITULO DEL PUESTO**: Obrero. **NIVEL:** Operativo. **SUPERIOR INMEDIATO**: Jefe de Producción. **SUPERVISA A:** ninguno.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de producción. **FUNCIONES TÍPICAS O BÁSICAS** - Ejecutar las fases del proceso productivo. - Ejecución del proceso de producción según los planes establecidos. - Cuidar los equipos de trabajo y seguridad de la maquinaria. - Cumplir normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa.
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO: Requiere de habilidad y destreza para cumplir las labores de producción, así como la puntualidad y responsabilidad.
REQUISITOS MÍNIMOS: - Experiencia en labores similares. - Recomendaciones personales. -

Elaboración: Autora de la investigación

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Inversiones: Para que la empresa empiece su actividad comercial es necesario contar con activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Son todos los activos necesarios para llevar a efecto el proceso productivo, son los bienes que posee la empresa en un determinado periodo de tiempo.

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

CUADRO # 41

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Máquina mezcladora	Unidad	1	1500	1.500,00
Maquina laminadora	Unidad	1	1500	1.500,00
Máquina selladora de fundas	Unidad	1	800	800,00
Bombona o cilindro de 45Kg.	Unidad	1	500	500,00
horno de acero inoxidable	Unidad	1	2000	2.000,00
Mesa de reposo	Unidad	2	200	400,00
Mesa de selección	Unidad	1	200	200,00
Perchas metálicas	Unidad	15	100	1.500,00
TOTAL				**8.400,00**

Fuente: Importadoras Locales y Nacionales

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 42

DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO:	**8400,00**			
AÑOS DE VIDA ÚTIL	**5**			
DEPRECIACIÓN	**20%**			
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	**8.400,00**	**1.680,00**		**6.720,00**
1	**6.720,00**		**1344,00**	**5.376,00**
2	**5.376,00**		**1344,00**	**4.032,00**
3	**4.032,00**		**1344,00**	**2.688,00**
4	**2.688,00**		**1344,00**	**1.344,00**
5	**1.344,00**		**1344,00**	**0,00**

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA

CUADRO N°43

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	**U/M.**	**CANT**	**VAL. UNIT**	**VAL. TOTAL**
Escritorio tipo gerente	Unidad	1	150,00	150,00
Sillón giratorio	Unidad	2	70,00	140,00
Escritorio tipo secretaria	Unidad	1	130,00	130,00
Impresora Canon multifuncional	Unidad	1	150,00	150,00
Sumadora electrónica Casio	Unidad	2	25,00	50,00
Teléfono Panasonic	Unidad	2	30,00	60,00
Archivadores	Unidad	1	100,00	100,00
Estantes metálicos	Unidad	2	90,00	180,00
Mesa + 6 sillas Reunión	Unidad	7	15,00	105,00
TOTAL				**645,00**

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 44
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO:	**645,00**			
AÑOS DE VIDA ÚTIL:	**5**			
DEPRECIACIÓN:	**20%**			
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	**645,00**	**129,00**		**516,00**
1	**516,00**		**103,20**	**412,80**
2	**412,80**		**103,20**	**309,60**
3	**309,60**		**103,20**	**206,40**
4	**206,40**		**103,20**	**103,20**
5	**103,20**		**103,20**	**0,00**

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N°45
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACION

DENOMINACIÓN	**U/M.**	**CANT.**	**V. UNIT.**	**VAL. MENS.**	**VAL. ANUAL**
Computadora PC	unidad	2	1.200,00	2.400,00	28800,00
TOTAL					**28800,00**

Fuente: Almacenes de la ciudad
Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 46
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACION

VALOR DEL ACTIVO:	**28800,00**			
AÑOS DE VIDA ÚTIL:	**3**			
DEPRECIACIÓN:	**20%**			
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	**28800,00**	**5760,00**		**23040,00**
1	**23040,00**		**7680,00**	**15360,00**
2	**15360,00**		**7680,00**	**7680,00**
3	**7680,00**		**7680,00**	**0,00**

RESUMEN DE PRESUPUESTO DE LOS ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 47

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

	ANEXOS	VALOR
Maquinaria y equipo de producción	5	8.400,00
Vehículo	9	20.000,00
Instalaciones	10	371,89
Muebles y equipo de oficina	16	645,00
TOTAL		**29.416,89**

Fuente: cuadros de presupuestos
Elaborado por: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa, y no son recuperables o rembolsables.

CUADRO N° 48

INVERSIÓN DE LOS ACTIVO DIFERIDO

ACTIVOS	VAL. TOTAL
Estudios del proyecto	120,00
Permiso de funcionamiento	180,00
Gastos de constitución	400,00
Registro, marcas y patente	150,00
Instalaciones	371,89
Imprevistos (3%)	25,50
TOTAL	**1247,39**

Fuente: Asesoría legal - Municipio de Loja
Elaborado por: La Autora

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

El activo líquido, circulante o activo corriente corresponde a un activo que se puede vender rápidamente (Menos de un año) a un precio predecible, con poco costo o modestia. Lo constituyen aquellos grupos de cuentas que representan bienes y derechos, fácil de convertirse en dinero o de consumirse en el próximo

ciclo normal de operaciones de las empresas. Como ejemplo: Caja, banco, moneda extranjera, inversiones temporales en acciones, cuentas por cobrar, inventario de mercancía, existencias.

- **COSTOS DE PRODUCCION.**

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Se tomara en consideración que la materia prima corresponderá a la personalización de 72 vehículos mensuales a razón de 3 por día y trabajando 24 días laborables al mes.

CUADRO N° 49

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

PRODUCTO	U/M.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Harina de Amaranto	Kilogramos	2496,000	1,50	3.744,00
Harina de trigo	Kilogramos	624,000	1,00	624,00
TOTAL				**4.368,00**

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 50

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	4.368,00
2	4.583,78
3	4.810,22
4	5.047,84
5	5.297,21

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA.

CUADRO N° 51

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA

PRODUCTO	U/M	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL.TOTAL
Mantequilla	Barra	1753	1,00	1.752,81
Huevos	Unidades	6240,00	0,12	748,80
Azúcar refinada	QUINT	22	2,00	44,00
Polvo de hornear	Tarro	18720,00	2,50	46.800,00
Esencia de vainilla	Tarro	18720,00	1,50	28.080,00
TOTAL				**77.425,61**

Fuente : Proveedores

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 52

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	77.425,61
2	81.250,43
3	85.264,21
4	89.476,26
5	93.896,38

PRESUPUESTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO N°53

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

OBRERO

DENOMINACIÓN	OBRERO
Básico	354,00
Décimo tercero 1/12	29,50
Décimo cuarto SBU/12	24,33
Vacaciones 1/24	14,75
Aporte patronal 12,15% de 1	43,01
Fondo de Reserva 1/12	29,50
Total	**495,09**
Nº de Trabajadores	1
Total Mensual	495,09
Tota Anual	**5.941,13**

Fuente: Ministerio de relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BASICOS

CUADRO N°54
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Energía eléctrica	Kw./h	800	0,55	440,00	5280,00
TOTAL					**5280,00**

Fuente: Empresa eléctrica Regional del Sur S.A.
Elaborado por: La Autora

CUADRO N°55
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	5280,00
2	5540,83
3	5814,55
4	6101,79
5	6403,22

PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE

CUADRO N°56
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Agua potable	m^3	200	0,65	130,00	1560,00
TOTAL					**1560,00**

Fuente: Empresa Municipal de Agua Potable
Elaborado por: La Autora

CUADRO N°57
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	1.560,00
2	1.637,06
3	1.717,93
4	1.802,80
5	1.891,86

PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA

CUADRO N° 58

PRESUPUESTOS PARA UTENSILIO DE ASEO

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	V.TOTAL
Balde plástico	Unidad	2	2,00	4,00
Escoba	Unidad	3	3,00	9,00
Recogedor de basura plástico	Unidad	3	2,00	6,00
Cesto de basura	Unidad	4	4,00	16,00
Contenedor plástico de basura 10 lts	Unidad	2	80,00	160,00
Trapeador	Unidad	2	5,00	10,00
Desinfectante	Unidad	3	3,00	9,00
Fundas de basura	Paquete	2	2,00	4,00
SUBTOTAL				**218,00**
IMPREVISTO 2%				4,36
TOTAL				**222,36**

Fuente: Almacenes de la ciudad **Elaborado por:** La Autora

CUADRO N°59

PROYECCIÓN PARA UTENSILLO DE ASEO

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	222,36
2	233,34
3	244,87
4	256,97
5	269,66

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

CUADRO N°60

PRESUPUESTOS PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

RUBROS/PUESTOS	GERENTE	SECRET./CONT.
Básico	500,00	354,00
Décimo tercero 1/12	41,67	29,50
Décimo cuarto SBU/12	24,33	24,33
Vacaciones 1/24	20,83	14,75
Aporte patronal 12,15% de 1	60,75	43,01
Fondo de Reserva 1/12	41,67	29,50
Total	**689,25**	**495,09**
Nº de Empleados	1,00	1,00
Total Mensual	689,25	495,09
Tota Anual	**8.271,00**	**5.941,13**
Total Sueldos Administ.	**14.212,13**	

Fuente: Ministerio de relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°61

PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	14212,13
2	14914,21
3	15650,97
4	16424,13
5	17235,48

PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO N° 62

PRESUPUESTOS PARA SUMINISTRO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Resma de hojas A4	Unidad	2	3,00	6,00
Cartucho para impresora	Unidad	2	16,00	32,00
Carpetas folder	Unidad	20	0,25	5,00
Flahs memori 4GB kingston	Unidad	1	18,00	18,00
Lápices	Unidad	6	0,30	1,80
Esferográficos	Unidad	6	0,40	2,40
Engrapadora	Unidad	2	3,00	6,00
Perforadora	Unidad	2	3,50	7,00
Grampas (caja 1000 U)	Caja	4	1,00	4,00
SUBTOTAL				**82,20**
IMPREVISTOS 2%				1,64
TOTAL				**83,84**

Fuente: Librerías de la ciudad

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 63

PROYECCIÓN PARA SUMINISTRO DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	83,84
2	87,99
3	92,33
4	96,89
5	101,68

PRESUPUESTO ARRIENDO DE LOCAL

CUADRO N° 64
PRESUPUESTO DE ARRIENDO

DENOMINACIÓN	CANT.	V/MENS.	VALOR ANUAL
Local para producción y comercialización, ventas	1	2.000	24.000
SUBTOTAL			**24.000**
IMPREVISTOS 2%			480
TOTAL			**24.480**

Fuente: Local de la ciudad de Loja

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 65
PROYECCIÓN DE ARRIENDO

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	24.480
2	25.689
3	26.958
4	28.290
5	29.688

PRESUPUESTO CONSUMO TELEFONICO

CUADRO N°66
PRESUPUESTO PARA CONSUMO TELEFONICO

DENOMINACIÓN	U/M.	CANT.	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Servicio telefónico	min	250	0,08	20,00	240,00
TOTAL					**240,00**

Fuente: Empresa CNT

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°67

PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFONICO

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	240,00
2	251,86
3	264,30
4	277,35
5	291,06

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA.

CUADRO N°68

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Publicidad radial	60,00	720,00
SUBTOTAL		**720,00**
IMPREVISTO 2%		14,40
TOTAL		**720,00**

Fuente: Medios de comunicación

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 69

PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL
	4,94%
1	720,00
2	755,57
3	792,89
4	832,06
5	873,17

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N° 70

ACTIVO CIRCULANTE

ACTIVOS	ANEXOS	VALOR
Rubros calculados para un mes de operación		
Materia prima directa	1	8.176,00
Materia prima indirecta	2	144.864,50
Materiales indirectos	3	2.950,00
Mano de obra directa	4	990,19
Arriendo	6	4.080,00
Suministros de trabajo	7	17,60
Combustible y lubricantes	8	85,00
Mantenimiento de vehículo	11	400,00
Energía eléctrica	12	880,00
Agua Potable	13	260,00
Sueldos administrativos	15	2.368,69
Suministros de oficina	17	13,97
Consumo telefónico	18	40,00
Publicidad y propaganada	19	120,00
Utensillo de aseo	20	37,06
Sueldo pers. Ventas	21	1.943,14
TOTAL		**167.226,15**

Fuente: Investigacion personal
Elaborado por: La Autora

RESUMEN DE LA INVERSIÒN TOTAL

CUADRO N° 71

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
Activo Fijo	29.416,89
Activo Diferido	1.247,39
Activo Circulante	13.935,51
TOTAL INVERSION	44.599,80

Fuente: Investigacion personal
Elaborado: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para la aplicación del presente proyecto de inversión se necesita un total de $ **35.975,57**; el cual estará financiado con el 71% de capital propio de los socios mientras que la diferencia se lo hará a través de financiamiento externo.

CUADRO N° 72

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE
Crédito	15.000,00	29%
Capital social	35.975,57	71%
TOTAL:	**50.975,57**	**100%**

Fuente: Investigación personal

Elaborado: La Autora

AMORTIZACION DEL PRESTAMO

CUADRO N° 73

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Capital:	15.000,00		**Pago Cada:**	**5**	
Interés:	**11,83%**				
Tiempo:	5	**Años**			
Pago:	Anual				
Semestre	**Capital**	**Interés**	**Amortización**	**Dividendo**	**Capital Residual**
0					**15000,00**
1	15000,00	354,90	3000,00	3354,90	12000,00
2	12000,00	283,92	3000,00	3283,92	9000,00
3	9000,00	212,94	3000,00	3212,94	6000,00
4	6000,00	141,96	3000,00	3141,96	3000,00
5	3000,00	70,98	3000,00	3070,98	**0,00**
	45000,00	**993,72**	**12000,00**	**12993,72**	

Fuente: Banco
Elaborado: Los Autores

ANÁLISIS DE COSTO

- **Costo de Producción.**

Insumos Directos. El valor anual por este concepto asciende a $ 4,368

Mano de Obra Directa. El valor anual de este elemento es de $ 5.941,13

- **Costo de Operación**

Gastos Administrativos:

Energía Eléctrica. El valor anual que corresponde a este elemento es de $ 5,280

Agua Potable: El valor anual por este concepto asciende a $ 1,560

Arriendo. El valor anual por este rubro asciende a $ 24,480

Servicio Telefónico. El valor anual de esta cuenta es de $ 240

Suministros de Oficina. El valor anual por este concepto asciende a $ 83,84

Utensilios de Aseo. El valor anual de este rubro es de $ 222,36

Sueldo Administrativo. El valor anual de esta cuenta asciende a $ 14.212,13

Publicidad. El valor anual por este concepto asciende a $ 720

CUADRO N° 74					
PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES					
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	24.528,00	25.739,68	27.011,22	28.345,58	29.745,85
Materia prima indirecta	434.571,50	456.039,33	478.567,67	502.208,91	527.018,03
Mano de obra directa	5.941,13	6.234,62	6.542,61	6.865,82	7.204,99
Materiales Indirectos	5.900,00	6.191,46	6.497,32	6.818,29	7.155,11
(+) Total Costos Primos	**470.940,63**	**494.205,10**	**518.618,83**	**544.238,60**	**571.123,98**
COSTO DE FABRICACION					
Dep.de Maquinaria y Equipo	1.344,00	1.344,00	1.344,00	1.344,00	1.344,00
Suministro de Trabajo	105,60	110,82	116,29	122,04	128,06
Combustible y Lubricantes	510,00	535,19	561,63	589,38	618,49
Dep. de Vehículo	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
Mantenimiento del Vehiículo	2.400,00	2.518,56	2.642,98	2.773,54	2.910,55
(+) Total de Costos de Fabricación	**7.559,60**	**7.708,57**	**7.864,90**	**8.028,95**	**8.201,11**
COSTO TOTAL DE FABRICACIÓN	**478.500,23**	**501.913,67**	**526.483,73**	**552.267,55**	**579.325,09**
COSTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Arriendo	24.480,00	25.689,31	26.958,36	28.290,11	29.687,64
Energia electrica	5.280,00	5.540,83	5.814,55	6.101,79	6.403,22
Agua potable	1.560,00	1.637,06	1.717,93	1.802,80	1.891,86
Utensillo de aseo	222,36	233,34	244,87	256,97	269,66
Sueldos administrativo	14.212,13	14.914,21	15.650,97	16.424,13	17.235,48
Dep. de equipo de computacion	7.680,00	7.680,00	7.680,00		
Dep. de muebles y equipo de ofic.	103,20	103,20	103,20	103,20	103,20
Suministro de oficina	83,84	87,99	92,33	96,89	101,68
Consumo Telefónico	240,00	251,86	264,30	277,35	291,06
Amortizacion de activo diferido	1.247,39	997,91	748,44	498,96	249,48
(+) Total de Costos Administrativos	**22.319,18**	**23.037,25**	**23.790,80**	**16.901,58**	**17.731,42**
COSTO DE VENTA					
Sueldo y salarios	11.658,85	12.234,80	12.839,20	13.473,45	14.139,04
Publicidad	720,00	755,57	792,89	832,06	873,17
(+) Total de Costos de Venta	**12.378,85**	**12.990,37**	**13.632,09**	**14.305,52**	**15.012,21**
COSTOS FINANCIEROS					
Interes del prestamo	354,90	283,92	212,94	141,96	70,98
(+) Total de Costos financieros	**354,90**	**283,92**	**212,94**	**141,96**	**70,98**
(=) Total de Costos de Operación	**35.052,93**	**36.311,54**	**37.635,83**	**31.349,06**	**32.814,61**
(=) COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	**513.553,16**	**538.225,21**	**564.119,56**	**583.616,61**	**612.139,70**
Fuente: Investigacion personal					
Elaborado: La Autora					

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

EL COSTO

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

COSTOS FIJOS: Son los desembolsos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción con respecto a nivel de producción relevante.

COSTOS VARIABLES: Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de las ventas.

CUADRO N° 75

CLASIFICACION DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DETALLE	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		24.528,00		27.011,22		29.745,85
Materia Prima Indirecta	434.571,50		478.567,67		527.018,03	-
Mano de Obra Directa		5.941,13		6.542,61		7.204,99
Materiales Indirectos		5.900,00		6.497,32		7.155,11
(+) Total Costos Primo	**434.571,50**	**11.841,13**	**478.567,67**	**13.039,93**	**527.018,03**	**14.360,10**
COSTO DE FABRICACION						
Dep. de maquinaria y equipo	1.344,00		1.344,00		1.344,00	
Suministro de Trabajo		105,60		116,29		128,06
Combustible y Lubricantes		510,00		561,63		618,49
Dep. de Vehículo	3.200,00		3.200,00		3.200,00	
Mantenimiento de vehiculo		2.400,00		2.642,98		2.910,55
(+) Total de Costos de Fabricación	**4.544,00**	**3.015,60**	**4.544,00**	**3.320,90**	**4.544,00**	**3.657,11**
COSTOS DE OPERACIÓN						
Gastos Administrativos						
Arriendo		24.480,00		26.958,36		29.687,64
Energia electrica		5.280,00		5.814,55		6.403,22
Agua potable		1.560,00		1.717,93		1.891,86
Utensilios de aseo		222,36		244,87		269,66
Sueldos administrativo	14.212,13		15.650,97		17.235,48	
Dep. de muebles y equipo de ofic.	103,20		103,20		103,20	
Dep. de equipo de computacion	7.680,00		7.680,00			
Suministro de oficina	83,84		92,33		101,68	
Consumo Telefónico	240,00		264,30		291,06	
Amortizacion de activo diferido	1.247,39		748,44		249,48	
(+) Total de Costos Administrativos	**23.566,57**		**24.539,24**		**17.980,90**	
COSTO DE VENTA						
Sueldo y salarios	11.658,85		12.839,20		14.139,04	
Publicidad	720,00		792,89		873,17	
(+) Total de Costos de Venta	**12.378,85**		**13.632,09**		**15.012,21**	
COSTOS FINANCIEROS						
Interes del prestamo	354,90	-	212,94	-	70,98	-
(+) Total de Costos financieros	354,90	-	212,94	-	70,98	-
(=) Total de Costos de Operación	40.844,32	3.015,60	42.928,27	**3.320,90**	37.608,09	**3.657,11**
(=) COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	**475.415,82**	**14.856,73**	521.495,94	**16.360,83**	564.626,12	**18.017,21**
	490.272,55		**537.856,77**			

Fuente: Cuadro N°

Elaborado: La Autora

COSTOS DE UNIDADES PRODUCIDAS:

CUADRO # 76

AÑOS	COSTO ORIGINAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
1	513.553,16	1752000,00	0,29
2	538.225,21	1971000,00	0,27
3	564.119,56	2190000,00	0,26
4	583.616,61	2409000,00	0,24
5	612.139,70	2628000,00	0,23

Fuente: investigación de campo
Elaboración: La autora

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO:

CUADRO # 77

AÑOS	COSTO FABRICACION	UTILIDAD	PRECIO VENTA
1	0,29	2%	0,30
2	0,27	3%	0,28
3	0,26	4%	0,27
4	0,24	5%	0,25
5	0,23	6%	0,25

Fuente: investigación de campo
Elaboración: La autora

PRESUPUESTO DE INGRESOS:

CUADRO # 78

AÑOS	PRECIO VENTA	UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESOS TOTALES
1	0,299	1752000,00	523824
2	0,281	1971000,00	554372
3	0,268	2190000,00	586684
4	0,254	2409000,00	612797
5	0,247	2628000,00	648868

Fuente: investigación de campo
Elaboración: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO:

PRIMER AÑO.

VENTAS:

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

$$\text{PE} = \frac{475.415,82}{1 - \frac{14856,73}{554.637,41}} = \frac{475.415,82}{1 - 0,03} = \frac{475.415,82}{0,97} = 488.500,99$$

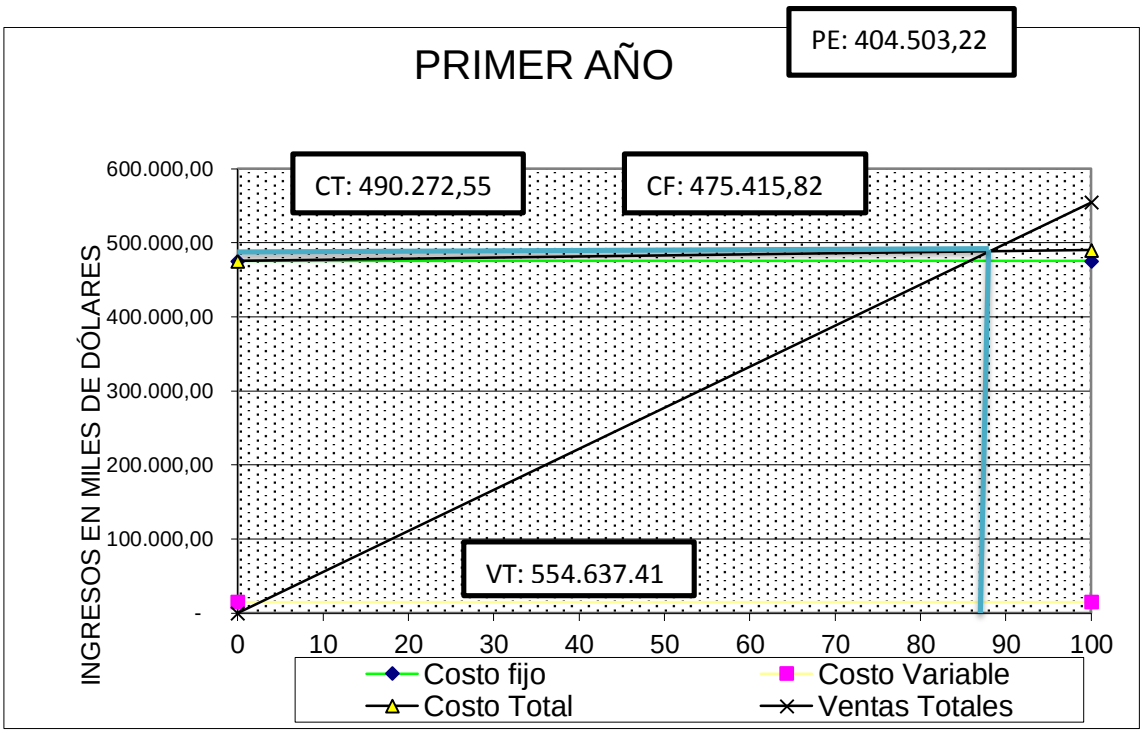
CAPACIDAD:

$$\text{PE} = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$\text{PE} = \frac{475.415,82}{554.637,41 - 14856,73} x\ 100 = \frac{475.415,82}{593.780,68} x\ 100 = 88\%$$

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

Grafico 39



PUNTO DE EQUILIBRIO:

QUINTO AÑO.

VENTAS:

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

$$\text{PE} = \frac{564.626,12}{1 - \frac{18017,21}{661.110,88}} = \frac{564.626,12}{1 - 0,03} = \frac{564.626,12}{0,9727} = 580.444,95$$

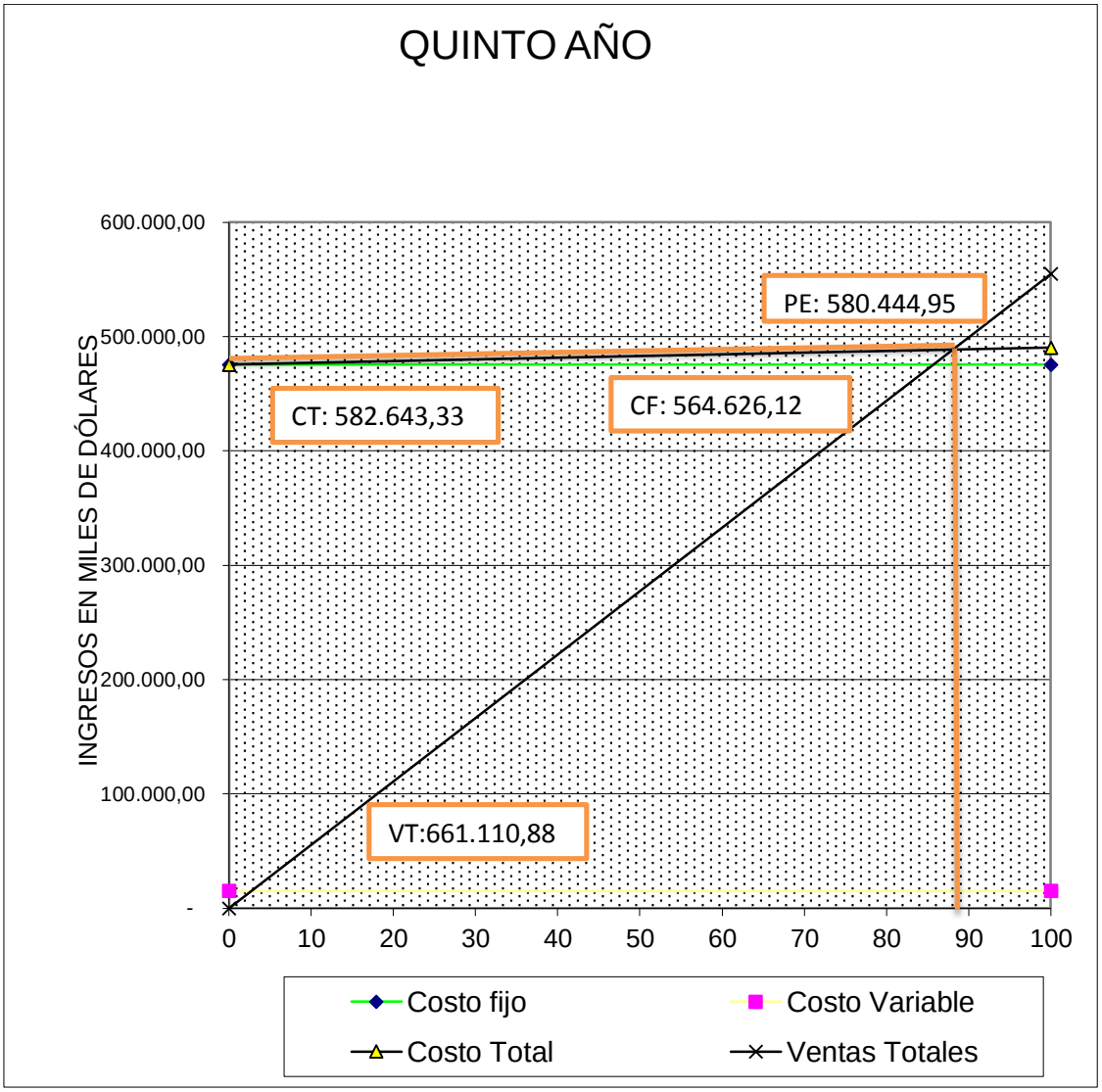
CAPACIDAD:

$$\text{PE} = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$\text{PE} = \frac{564.626,12}{661.110,88 - 18017,21}\ x\ 100 = \frac{564.626,12}{643.093,67}\ x\ 100 = 87,80\%$$

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

Grafico 40



ESTADO DE RESULTADOS

Está conformado con el conjunto de presupuestos de ventas, costos de venta, gastos de venta, y gastos de administración. Se elaborara agrupando las estimaciones hechas para cada una de las actividades de la empresa con el fin de obtener la actividad bruta la cual mostrara en términos porcentuales lo que gana la empresa en cada peso de venta arriba del volumen de ventas presupuestadas, mediante la deducción de las ventas del costo de los materiales directos, de la mano de obra directa y de los gastos de producción lo cual se utilizara para cubrir todos los gastos de administración, gastos de venta y gasto de financiamiento del negocio.

CUADRO N° 79

ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	**523.824,22**	**554.371,96**	**586.684,35**	**612.797,44**	**648.868,08**
(-) Costos de Producción	478.500,23	501.913,67	526.483,73	552.267,55	579.325,09
Utilidad Bruta	**45.323,99**	**52.458,30**	**60.200,62**	**60.529,89**	**69.542,99**
(-) Costos de Operación	35.052,93	36.311,54	37.635,83	31.349,06	32.814,61
(=) Utilidad Neta	**10.271,06**	**16.146,76**	**22.564,78**	**29.180,83**	**36.728,38**
(-) 15% Utilidad a trabajadores	1.540,66	2.422,01	3.384,72	4.377,12	5.509,26
(=) Utilidad antes de Imp. a la renta	**8.730,40**	**13.724,74**	**19.180,07**	**24.803,71**	**31.219,12**
(-) 25% Impuesto a la renta	2.182,60	3.431,19	4.795,02	6.200,93	7.804,78
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	**6.547,80**	**10.293,56**	**14.385,05**	**18.602,78**	**23.414,34**
(-) 10% Reserva Legal	654,78	1.029,36	1.438,50	1.860,28	2.341,43
(=) Utilidad líquida del ejercicio	**5.893,02**	**9.264,20**	**12.946,54**	**16.742,50**	**21.072,91**

Fuente: Investigación personal

Elaborado: Los Autores

FLUJO DE CAJA:

CUADRO Nº : 80						
FLUJO DE CAJA						
DENOMINACIÓN	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS						
Ventas		554.637,41	581.283,22	609.249,13	630.305,93	661.110,88
Crédito Banco de Fomento	15.000,00					
Capital propio	35.975,57					
Valor residual				5.760,00		4.129,00
Total de ingresos	50.975,57	554.637,41	581.283,22	615.009,13	630.305,93	665.239,88
EGRESOS						
Activo Fijo	29.416,89					
Activo Diferido	1.247,39					
Activo Circulante	20.311,28					
Presupuesto de operación		513.553,16	538.225,21	564.119,56	583.616,61	612.139,70
Depreciación y Amort. A.D.		5.894,59	5.645,11	5.395,64	5.146,16	4.896,68
15% Utilidad a los trab		1.540,66	2.422,01	3.384,72	4.377,12	5.509,26
25% Impuesto a la Renta		2.182,60	3.431,19	4.795,02	6.200,93	7.804,78
Amortización de Capital		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Total de egresos	50.975,57	514.381,83	541.433,29	569.903,66	592.048,50	623.557,06
FLUJO DE CAJA	**0,00**	**40.255,58**	**39.849,93**	**45.105,47**	**38.257,43**	**41.682,82**
FUENTE: Investigacion Personal						
ELABORACION: La Autora						

EVALUACIÓN FINANCIERA:

1. **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Se toma en consideración la tasa de interés que se paga por el préstamo realizado en el proyecto que es de 11,83% y para cada uno de los años se fue elevando ej. 1, 2, 3, 4, 5.

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

$$\boldsymbol{FA = \frac{1}{1 + (0,1183)^1}}$$

$$\boldsymbol{FA = 0,894214}$$

CUADRO # 81

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR ACTUALIZADO
		11,83%	
0	50.975,57		
1	40.255,58	0,894214	35997,12
2	39.849,93	1,000000	39849,93
3	45.105,47	0,147134	6636,54
4	38.257,43	0,062500	2391,09
5	41.682,82	0,503419	20983,92
TOTAL			**105858,60**
			-50975,57
			54883,04

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión

V.A.N. = 105.858,60 – 50.975,57

V.A.N. = 54.883,04

Análisis:

Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta

Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

CUADRO # 82

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		75,00%		**75,50%**	
0	**50.975,57**		**-50.975,57**		**-50.975,57**
1	40.255,58	0,571429	23.003,19	0,569801	22.937,65
2	39.849,93	0,326531	13.012,22	0,324673	12.938,18
3	45.105,47	0,186589	8.416,18	0,184999	8.344,45
4	38.257,43	0,106622	4.079,09	0,105412	4.032,81
5	41.682,82	0,060927	2.539,61	0,060064	2.503,64
			74,73		-218,83

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

$$\text{TIR} = 75 + 0{,}50\left(\frac{74{,}73}{74{,}73 - 218{,}83}\right) = 75{,}13\%$$

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

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

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

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 75,13%

3. RELACIÓN BENEFICIO COSTO R (B/C)

CUADRO # 83

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		31%			32%	
1	513.553,16	0,763359	392.025,31	554.637,41	0,757576	420.179,86
2	538.225,21	0,582717	313.632,78	581.283,22	0,573921	333.610,67
3	564.119,56	0,444822	250.932,71	609.249,13	0,434789	264.894,61
4	583.616,61	0,339559	198.172,08	630.305,93	0,329385	207.613,54
5	612.139,70	0,259205	158.669,73	661.110,88	0,249534	164.969,88
			1.313.432,60			1.391.268,55

$$\text{RBC} = \frac{INGRESO\ ACTUALIZADO}{COSTO\ ACTUALIZADO}$$

$$\text{RBC} = \frac{1.391.268,55}{1.313.432,60} = 1,06$$

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

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

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

CUADRO # 84

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	**50.975,57**	
1		40.255,58
2		39.849,93
3		45.105,47
4		38.257,43
5		41.682,82
	TOTAL:	**205.151,23**

$$\text{PRC} = \frac{\sum FLUJO\ DE\ CAJA - INVERSION}{FLUJO\ AÑO\ QUE\ SUPERA\ INVERSION}$$

$$\text{PRC} = \frac{205.151{,}23 - 50.975{,}57}{41.682{,}82}$$

$$\text{PRC} = 3{,}70$$

Para sacar los meses 0,70*12=8,40

Para sacar los días 0,40*30=12

El periodo de recuperación se dará en:

3 Años

8 Mes

12 Días

5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 3,85%

CUADRO # 85

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		3,18%			42,00%		43,00%	
						-50.975,57		-50.975,57
1	513.553,16	529.884,15	554.637,41	24.753,26	0,704225	17.431,87	0,699301	17.309,97
2	538.225,21	555.340,77	581.283,22	25.942,45	0,495933	12.865,73	0,489021	12.686,42
3	564.119,56	582.058,56	609.249,13	27.190,56	0,349249	9.496,27	0,341973	9.298,44
4	583.616,61	602.175,61	630.305,93	28.130,32	0,245950	6.918,65	0,239142	6.727,14
5	612.139,70	631.605,74	661.110,88	29.505,13	0,173204	5.110,41	0,167232	4.934,21
						847,37		-19,39

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

TIR DEL

PROYECTO = 75,13%

NTIR = 42,98%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. – Nueva Tir

Dif. Tir= 75,13% - 42,98%

Dif.Tir.= **32,15%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var.= 32,15% / 75,13% * 100

% Var. = **42,79%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad= 42,79% / 42,98%

Sensibilidad = **0,9957**

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

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

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

El proyecto es sensible y no resiste un decremento en los ingresos del 3,18%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS DE 2,94%

CUADRO # 86

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			2,95%		42,00%		43%	
						-50.975,57		-50.975,57
1	513.553,16	554.637,41	538.275,61	24.722,45	0,704225	17.410,18	0,699301	17.288,43
2	538.225,21	581.283,22	564.135,37	25.910,16	0,495933	12.849,71	0,489021	12.670,63
3	564.119,56	609.249,13	591.276,28	27.156,72	0,349249	9.484,45	0,341973	9.286,87
4	583.616,61	630.305,93	611.711,91	28.095,30	0,245950	6.910,04	0,239142	6.718,77
5	612.139,70	661.110,88	641.608,11	29.468,41	0,173204	5.104,05	0,167232	4.928,07
						782,86		-82,82

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

$$\text{TIR} = 42 + 1\left(\frac{782{,}86}{782{,}86 - 82{,}82}\right)$$

NTIR = 42,90%

TIR DEL
PROYECTO = 75,13%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir= 75,13% - 42,90%

Dif.Tir.= **32,22%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var.= 32,22% / 75,13% * 100

% Var. = **42,89%**

3) SENSIBILIDAD

Sensibilidad = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad= 42,89% / 42,90%

Sensibilidad = **0.9997**

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

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

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

El proyecto es sensible y no resiste un decremento en los ingresos del 2,95%

h. CONCLUSIONES

- El trabajo que se presenta está conformado con todos los lineamientos requeridos para la investigación en curso donde se encuentra la estructura organizacional, el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero.
- Con el estudio de mercado he podido estudiar el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias)
- El producto se lo presentara en funda plástica de acuerdo a las necesidades gustos y preferencias de los consumidores lo cual manifestaron a través de la encuesta, esto con la finalidad de que se pueda satisfacer la necesidad de una alimentación sana.
- Con los datos obtenidos he podido establecer mi capacidad para ofrecer el servicio que es de 4.380.000 galletas en todo el año, ofreciendo un producto de calidad y con la atención de primera que es lo que demanda el consumidor.
- El proyecto ha sido realizado con la finalidad de satisfacer una demanda en concreto con el debido estudio de campo he podido concluir que las personas necesitan de una empresa que brinde productos de calidad y saludables como son las galletas de Amaranto.
- Al realizar la evaluación financiera se determinó que el proyecto tendrá un VAN de 54.883,04, tasa interna de retorno de 75,13%, relación beneficio costo de $1,06 el periodo de recuperación de la inversión será de 3 años, 8 meses y 12 días, la sensibilidad permitirá que el proyecto soporte un incremento del 3,18% de los costos reales y una disminución de 2,95% de los ingresos para seguir siendo rentable.

i. RECOMENDACIONES.

- El presente proyecto de tesis es factible ya que con su implementación proporcionara ingresos económicos y sociales fomentando el desarrollo de la ciudad de Loja, ya que dentro de la misma no existe mayor productividad.

- Se recomienda hacer los cambios necesarios para cada año de los valores de crecimiento de la productora de galletas así como del costo de materias primas.

- Siempre utilizar la materia prima de mejor calidad y los instrumentos necesarios para la producción de las galletas de Amaranto y de esta manera poder satisfacer la demanda mencionada.

- El gerente o la persona a cargo de la entidad empresarial debe tener el total conocimiento de los indicadores financieros, Valor actual neto, tasa interna de retorno, análisis de sensibilidad, relación beneficio costo y periodo de recuperación de la inversión con la cual se podrá obtener la rentabilidad de la empresa

- Se debe poner en marcha el control u seguimiento de cómo los presupuestos están funcionando de acuerdo a las metas trazadas.

- Que las instituciones de educación superior intensifiquen acciones en los estudiantes que les motive a generar nuevos emprendimientos lo que contribuirá no sólo a generación de fuentes de trabajo sino también a la economía del país.

j. BIBLIOGRAFÌA

Libros

- ✓ MORALES, Castro, José Antonio. Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación. M.c Graw Interamericana editores. 1ra. Edición 2009
- ✓ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 5ta. Edición. 2008
- ✓ RODRIGO VARELA, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas.
- ✓ QUILODRAN Federico, Manual de Elaboración de Proyectos, edit. UNL, 1982
- ✓ RUEDA, de Martínez, Francisco, Administración de Proyectos.
- ✓ Wilensky, Alberto Luis ; Levfy, Alberto R. (prologuista) Marketing estratégico: enfoque simbólico de la demanda y clave real del negocio.
- ✓ Saúl Fernandez Espinosa, LOS PROYECTOS DE INVERSION, Editorial tecnológica de Cr. Pag.15, 16, 18, 19, 27 y 28
- ✓ BACA URBINA Gabriel: (1997), Elaboración y Evaluación de proyectos de Investigación; (3era edición), Bogotá D. C., Editorial McGraw -Hill.Pag.14-15
- ✓ Juan Antonio Flórez Uribe, PROYECTO DE INVERSION PARA LAS PYME CREACION DE EMPRESAS, Edición 2006, pág. 74, 75, 78, 82.

Linkografia

- ✓ http://www.amaranto.cl/noticia/amaranto-y-sus-beneficios-para-la-salud.html
- ✓ http://www.amaranto.cl/informacion-nutricional.html
- ✓ http://www.sanmiguel.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=15:caracterticas-nutricionales-del-amaranto&catid=13:el-amaranto&Itemid=31

- ✓ http://www.sanmiguel.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=12:historia-del-amaranto&catid=13:el-amaranto&Itemid=31
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Amaranthus
- ✓ http://alianzasalud.org.mx/actua/amaranto-mejor-alimento-de-origen-vegetal-para-consumo-humano/
- ✓ http://www.quali.com.mx/Amaranto.pdf
- ✓ http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20DEL%20AMARANTO%20EN%20ECUADOR.pdf
- ✓ Coons, M. 1977. The Status of Amaranthus hybridus L. in South América, Ciencia y Naturaleza. Revista del Instituto de Ciencias Naturales de la Universidad Central. Volumen 18 (1):80-87, Parte 1. Quito, Ecuador.
- ✓ Coons, M. 1978. The Status of Amaranthus hybridus L. in South América, Ciencia y Naturaleza. Revista del Instituto de Ciencias Naturales de la Universidad Central. Volumen 19 (1):66-71, Parte 2. Quito, Ecuador.
- ✓ Estrella, E. 1986. El Pan de América: etnohistoria de los alimentos aborígenes en Ecuador. Tercera Edición. FUNDACYT, 1998. Cicetronic Offst. Quito, Ecuador. 257 p.
- ✓ Naranjo, P. 1986. Desnutrición: problemas y soluciones. Publicaciones del Ministerio de Salud. Quito, Ecuador. 242 p.
- ✓ Peralta, E. 1985. Situación del amaranto en Ecuador. El Amaranto y su Potencial. Archivos Latinoamericanos de Nutrición. Traducción del inglés.
- ✓ Boletín No 2. Ricardo Bressani, Editor General. Washington. D.C. EEUU.

k. ANEXOS

ANEXO # 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área jurídica social y administrativa

Carrera de administración de empresas

ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS

Me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración y conocimiento, dando contestación el siguiente cuestionario a fin de recopilar información para mi trabajo investigativo titulado: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA".**

1. **¿Cuáles son sus ingresos mensuales?**

   Dólares

   100-200 ( )

   201-300 ( )

   301-400 ( )

   401-500 ( )

   501-600 o má ( )

2. **¿Consume usted galletas?**

   Si ( )

   No ( )

3. **¿Qué tipo de galletas consume más?**

   Light ( )

Nutritivas ( )

Medicinales ( )

Sal ( )

Dulce ( )

Otros……

……

……..

4. **¿Cómo considera usted la calidad de las galletas que consume?**

Excelente ( )

Muy bueno ( )

Buena ( )

Mala ( )

5. **¿Cuánto paga usted por las galletas que adquiere?**

0.40ctvs ( )

0.60ctvs ( )

0.80ctvs ( )

1.00 o más ( )

6. **¿En qué lugar prefiere usted comprar las galletas?**

Tiendas ( )

Supermercados ( )

Micro mercado ( )

Bodegas ( )

7. **¿Con que frecuencia usted consume galletas?**

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

8. **¿En qué presentación prefiere consumir las galletas?**

Funda ( )

Cartón ( )

Otros ( )

9. **¿Qué cantidad de galletas consume?**

Un paquete ( )

Dos paquetes ( )

Tres paquetes ( )

Cuatro paquetes o más ( )

10. **¿Cuál es la marca de galletas que prefiere usted?**

Nestlé ( )

Nabisco ( )

Quaker ( )

Noel ( )

11. **¿Le gustaría consumir galletas nutritivas?**

Si ( )

No ( )

12. **¿Ha escuchado hablar del amaranto?**

Si ( )

No ( )

13. **¿Conocía que el amaranto tiene mayor nivel nutricional que la quinua?**

Si ( )

No ( )

14. **¿Le gustaría que se elaboren productos a base del amaranto?**

Si ( )

No ( )

15. **¿Qué producto seria de su preferencia?**

Galletas de amaranto ( )

Ponche de amaranto ( )

Pastel de amaranto ( )

Pan de amaranto ( )

Otros ( )

16. **¿Si se implementara una empresa de elaboración y comercialización de galletas de amaranto usted la adquiriría?**

Si ( )

No ( )

Porque……
……
……

17. ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?

Tiendas ( )

Supermercados ( )

Micro mercados ( )

18. ¿En qué presentación le gustaría adquirirlo?

Fundas ( )

Cartón ( )

Otros ( )

19. ¿En qué medios de comunicación le gustaría enterarse del producto?

Prensa ( )

Radio ( )

Televisión ( )

Hojas Volantes ( )

Redes Sociales ( )

GRACIAS POR SU COOPERACION

Anexo # 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES

Encuesta dirigida a los ofertantes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Área jurídica social y administrativa

Carrera de administración de empresas

ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS

Me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración y conocimiento, dando contestación el siguiente cuestionario a fin de recopilar información para nuestro trabajo investigativo titulado: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE GALLETAS DE AMARANTO EN LA CIUDAD DE LOJA".**

1. **¿El local en el cual ofrece los productos es?**

   Propio ( )

   Arrendado ( )

2. **¿Usted en su negocio ofrece galletas de diferente tipo?**

   Si ( )

   No ( )

3. **¿Qué tipo de galletas vende más?**

   Light ( )

   Nutritivas ( )

   Medicinales ( )

   Otras ( )

4. **¿Cuántos paquetes de galleta vende mensualmente?**

   100-200 ( )

   201-300 ( )

301-400 ( )

401-500 0 mas ( )

5. **¿Con que frecuencia es visitado por sus proveedores?**

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

6. **¿Sus proveedores le brindan créditos?**

Si ( )

No ( )

7. **¿De ser afirmativa la pregunta anterior que plazo le brinda para cancelar?**

Una semana ( )

15 días ( )

Un mes ( )

8. **¿Usted realiza algún tipo de publicidad?**

Si ( )

No ( )

9. **¿De ser afirmativa la anterior indique que tipo de publicidad realiza?**

Radio ( )

Prensa ( )

Televisión ( )

Hojas volantes ( )

Estafetas ( )

GRACIAS POR SU COOPERACION

Anexo # 3

Consumo Semanal

PAQUETES	INDICADOR	FRECUENCIA	SEMANAL	MENSUAL	AÑO
1	un paquete	10	10	40	480
2	dos paquetes	5	10	40	480
3	tres paquetes	10	30	120	1440
4	cuatro o mas	20	80	320	3840
	Total	**45**			6240

Consumo Quincenal

PAQUETES	INDICADOR	FRECUENCIA	QUINCENAL	MENSUAL	AÑO
1	un paquete	25	25,00	50	600
2	dos paquetes	15	30,00	60	720
3	tres paquetes	10	30,00	60	720
4	cuatro o mas	100	400,00	800	9600
	Total	**150**			11640

Consumo Mensual

PAQUETES	INDICADOR	FRECUENCIA	MES	AÑO
1	un paquete	2	2,00	24
2	dos paquetes	5	10,00	120
3	tres paquetes	3	9,00	108
4	cuatro o mas	5	20,00	240
	Total	**15**	**41,00**	492

Total de Consumo

Consumo total	Frecuencia
18372,00	210,00
consumo promedio año	
87,4857	
consumo mensual	
7,290	

Anexo # 4

Empresas a las que se aplicó la entrevista

Micro mercado “Emily”	Bodega “Reina del Cisne”
Súper Mercado “El tenderito”	Bodega “El Suco”
Bodega “El Ahorro”	Tienda “ Reina del Cisne”
Tienda “El Valle”	Tienda “ María”
Mini market “El Valle”	Tienda “Sofía”
Tienda “Barcelona”	Micro mercado “ Valeria”
Tienda “La esquina”	Tienda “ Pilsener”
Micro mercado “San Sebastián”	Bodega “ María Emilia”
Tienda “ Rosita”	Súper mercado “El Gato”
Bodega “ El Mayorista”	Micro mercado “Su amigo”

INDICE

PORTADA	I
CERTIFICACION	II
AUTORIA	III
CARTA DE AUTORIZACION	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	4
c. INTRODUCCION	6
d. REVISION DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y METODOS	26
f. RESULTADOS	32
g. DISCUSION	62
h. CONCLUSIONES	124
i. RECOMENDACIONES	125
j. BIBLIOGRAFIA	126
k. ANEXOS	128
INDICE	136