



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA PARA LA CIUDAD DE
LOJA”**

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO DE
INGENIEROS COMERCIALES

AUTORES:

Carlos Guillermo Díaz Loján

Pablo Mauricio Bravo Sarmiento

DIRECTOR:

Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez

Loja – Ecuador

2011

Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez, Mg. Sc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICO:

Que he dirigido y revisado minuciosamente el trabajo de investigación: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA PARA LA CIUDAD DE LOJA**, presentado por los aspirantes a optar por el grado de Ingenieros Comerciales: **Carlos Guillermo Díaz Loján y Pablo Mauricio Bravo Sarmiento**. Por lo que autorizo su presentación, para los trámites legales correspondientes.

Loja, 12 de Julio del 2010.

Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Todo el proceso de desarrollo, como también los resultados, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de tesis, es de exclusiva responsabilidad de los autores.

Carlos Díaz

Pablo Bravo

AGRADECIMIENTO

Dejamos constancia de nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por habernos permitido ingresar en sus aulas universitarias y proporcionarnos la enseñanza que ha despertado en nosotros la necesidad de convertirnos en profesionales con conocimientos útiles para servir a nuestra sociedad. A la vez extendemos el agradecimiento a las autoridades del Área Jurídica Social y Administrativa, así como a los maestros de la carrera de Administración de Empresas, quienes nos impartieron sus enseñanzas con generosidad, brindándonos su ayuda en nuestra formación académica.

Nuestro agradecimiento especial al Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez, por el esfuerzo desplegado y su valiosa dirección en el desarrollo del presente trabajo, permitiéndonos así culminar la investigación y alcanzar la meta propuesta.

LOS AUTORES

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres, hermanos, sobrinos, tíos, primos y amigos. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad; a mis tíos por brindarme consejos de sabiduría, a mis primos por su apoyo incondicional y a mis amigos por estar siempre presente en los buenos y malos momentos que me ha tocado vivir, es por ellos que soy lo que soy ahora.

Carlos Díaz

Este trabajo lo dedico a mis Padres en especial a mi Madre quien fue la persona que siempre estuvo apoyándome en cada momento de mi vida, a mis dos hijas: Ibeth y Sofía quienes con su ternura y cariño llenan de esperanza mi vida y por sobre todo a mi esposa que ha sido la persona que con su amor me ha dado la fuerza para seguir adelante luchando juntos por un mejor porvenir.

Pablo Bravo.

a. TÍTULO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE PAN DE SOYA PARA LA CIUDAD DE LOJA”**

RESUMEN

b. RESUMEN.

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Loja y su área de influencia comprende las cuatro parroquias urbanas de la misma; teniendo como objetivo demostrar la factibilidad del Proyecto cumpliendo con las fases y técnicas requeridas como: Estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional.

En el estudio de Mercado se aplicó encuestas a 395 familias y 2 entrevistas a los dueños de los locales donde expenden el producto de similares características, logrando determinar la demanda insatisfecha para el primer año de 22'014.730 unidades de pan de soya, incrementándose el 2,08 % anualmente debido a la tasa de crecimiento poblacional que tiene la ciudad de Loja.

En lo referente al tamaño y localización, la empresa estará ubicada en la Parroquia El Valle en las calles Ancón y Gran Colombia por cuanto es un lugar estratégico para la adquisición de la materia prima y la distribución del pan de soya, en el presente proyecto hacemos conocer la distribución física de la planta y el proceso productivo en todas sus fases. Además se requirió la asesoría de profesionales relacionados al campo técnico quienes nos brindaron información acerca de: maquinaria, equipos, materia prima, mano de obra, carga fabril, entre otros aspectos que fueron de gran ayuda para continuar con el siguiente estudio.

En el estudio financiero se estableció una inversión de \$38.713,16 dólares, tomando en cuenta que el capital de operación se detalló para un mes, por las características del producto. El ingreso por ventas para el primer año será de \$114.888,18 dólares, con un precio de venta de \$0,1508 por unidad de pan de soya, y con una producción de 762.000 panes de soya anual.

También se estableció para el primer año un punto de equilibrio en función a capacidad instalada del 57%, en función a las ventas de \$65.615,11 dólares y en función de las unidades producidas de 435.063; así también se desarrolló los diferentes índices financieros como: Valor Actual Neto positivo que es de \$54.300,18; una Tasa Interna de Retorno que es

mayor a la tasa de interés del capital financiado de 59,31%; el Periodo de Recuperación del Capital de 1 año, 5 meses y 1 día; la Relación Beneficio Costo es de 1,21 ctvs.

En los análisis de sensibilidad nuestro proyecto tolera un incremento en los costos de 2,90% frente a una disminución de los ingresos de 2,39 %.

En cuanto a la Organización Administrativa, se ha propuesto una empresa de responsabilidad limitada, por las condiciones favorables que presenta este tipo de compañía, además se detallan los puestos de trabajo que se requiere para el funcionamiento de la empresa en las que se cuenta con: gerente, secretaria, contadora, un asesor jurídico temporal, un panadero, dos asistentes, un chofer y un ayudante para la distribución del producto, así mismo se establece organigramas estructurales y funcionales para establecer los niveles jerárquicos de la empresa, así como también manual de funciones para el correcto funcionamiento y control del personal.

b. SUMMARY.

The present investigation was developed in the city of Loja and its influence area understands the four urban parishes of the same one; having as objective to demonstrate the feasibility of the Project fulfilling the phases and techniques required as: I study of market, technician, financial and organizational.

In the study of Market it was applied surveys to 395 families and 2 interviews to the owners of the local where they expend the product of similar characteristic, being able to determine the unsatisfied demand for the first year of 22'014.730 units of soya bread, being increased 2,08% annually due to the rate of populational growth that has the city of Loja.

Regarding the size and localization, the company will be located in the Parish The Valley in the streets Ancón and Great Colombia since it is a strategic place for the acquisition of the matter it prevails and the distribution of the soya bread, presently project makes know the physical distribution of the plant and the productive process in all its phases. The consultantship of professionals related to the technical field was also required who offered us information about: machinery, teams, matter prevails, manpower, loads industrial, among other aspects that were of great help to continue with the following study.

In the financial study an investment of \$38.713,16 dollars settled down, taking into account that the operation capital was detailed for one month, for the characteristics of the product. The entrance for sales for the first year will be of \$114.888,18 dollars, with a price of sale of \$0,1508 for unit of soya bread, and with a production of 762.000 breads of annual soya.

A balance point also settled down for the first year in function to installed capacity of 57%, in function to the sales of \$65.615,11 dollars and in function of the produced units of 435.063; likewise it was developed the different financial indexes as: Positive Net Current value that is of \$54.300,18; an Internal Rate of Return that is bigger to the interest rate of the financed

capital of 59,31%; the Period of Recovery of the Capital 1 years old, 5 months and 1 day; the Relationship Benefits Cost it is of 1,21 ctvs.

In the analyses of our sensibility project it tolerates an increment in the costs of 2,90% in front of a decrease of the revenues of 2,39%.

As for the Administrative Organization, he/she has intended a company of limited responsibility, for the favorable conditions that it presents this company type, the work positions are also detailed that is required for the operation of the company in those that it is counted with: manager, secretary, accountant, an adviser juridical storm, a baker, two assistants, a chauffeur and an assistant for the distribution of the product, likewise he/she settles down structural and functional flowcharts to establish the hierarchical levels of the company, as well as manual of functions for the correct operation and the personnel's control.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN.

En un mundo en que prevalece la incertidumbre, con economías y mercados en constante cambio la actividad del empresario actual debe estar cada vez más sistematizada a la creación de nuevas formas productivas; por esta razón hemos creído conveniente ofrecer una de las alternativas de inversión en el campo de la producción y transformación de bienes, como es la instalación de una empresa productora de pan de soya, la misma que por sus características es un alimento rico en proteínas.

Es importante realizar estudios de inversión, los mismos que garanticen a través de estrategias y planes, un eficiente comportamiento del mercado y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial.

La ciudad de Loja, por estar en un sector fronterizo de nuestra Patria se ha caracterizado por ser una población consumista, su economía se basa en el comercio, aprovechando esta situación surge la idea de elaborar el presente proyecto.

El presente estudio permitió llegar a establecer, desde la situación geográfica del área de influencia hasta la importancia que presenta para el sector productivo de la ciudad. Cabe recalcar que el área de influencia para la comercialización del pan de soya, se la realizó en las cuatro parroquias de la ciudad y en especial los puntos de venta como: Tiendas, Bodegas y Supermercados.

Los materiales utilizados fueron: computadora, impresora, la cartilla tributaria laboral y contable del contador, hojas de impresión, calculadora, bolígrafos, lápices, borradores, carpetas y clips. Así mismo se utilizaron métodos como: Inductivo, deductivo, hipotético-deductivo, estadístico, analítico-sintético y técnicas como: Revisión bibliográfica, entrevista y

encuesta, que permitieron un desarrollo armónico de las actividades realizadas durante todo el proyecto de estudio.

En el desarrollo del proyecto se determinó el cumplimiento de nuestro objetivo que es demostrar la factibilidad de crear una empresa Productora de Pan de Soya para la ciudad de Loja, cumpliendo con las fases y técnicas del proyecto como: Estudio de mercado, técnicos, financieros y organizacional, demostrando la rentabilidad del mismo

En el Estudio de Mercado se determinó: la demanda, la oferta, análisis de precios y comercialización del producto. El Producto se comercializará a un precio de USD \$ 0.1508 en el primer año.

En el Estudio Técnico se analiza los accesos a los servicios básicos y lo principal nuestra materia prima para la elaboración del pan de soya, además la capacidad instalada, el tamaño de la Planta Productora y la localización que estará ubicada en la Provincia, Cantón y Ciudad de Loja específicamente en la Parroquia el Valle, en las calles Ancón y Gran Colombia.

En el Estudio Financiero se establecen todos los presupuestos de cada año y los análisis financieros como son: Valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio – costo y los respectivos índices de sensibilidad. Por último se incluye la organización administrativa, conclusiones y recomendaciones del proyecto.

De esta manera se cumplió con los cuatro objetivos específicos que se plantearon en un inicio, dando también como resultado la aceptación de la hipótesis que planteamos de la siguiente manera: “Es factible la creación de una Empresa Productora de Pan de Soya para la Ciudad de Loja” por el fácil acceso a la materia prima ya que en la provincia de Loja existe producción de Soya especialmente en Cantones como Chaguarpamba, Macará, Zapotillo entre otros de clima cálido, además existe una mayor producción en Provincias como Guayas, de donde nos podemos abastecer gracias a distribuidores que ya existen en la localidad como es el caso de Imelda de Jaramillo Cia Ltda, empresa que abastece a nuestra provincia con este tipo de productos.

REVISIÓN DE LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

d.1. LOJA ANTECEDENTES



Loja es una provincia ubicada en el extremo sur de la Cordillera ecuatoriana; forma parte de la Región Sur que limita con las provincias de El Oro al oeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este; con la provincia del Azuay al norte; y al sur con el Perú. Tiene una superficie de 10.793 km², que en términos de extensión es similar a la de Líbano.

La población es de 218.000 habitantes aproximadamente, la cual está distribuida en un 68 % en la zona urbana, 13% en la periferia, y 19% en las parroquias rurales.¹

El cantón esta dividido políticamente, en 4 parroquias urbanas y 13 parroquias rurales que son:

Parroquias urbanas: El Sagrario, San Sebastián, Sucre y El Valle

Parroquias rurales: Chuquiribamba, Chantaco, El Cisne, Gualiel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, Santiago, San Pedro de Vilcabamba, San Lucas, Taquil, Vilcabamba, Yangana

Los índices de pobreza rural se encuentran entre el 70 % y el 77 %, y en la zona urbana van desde el 17 % al 60%. De estos porcentajes se deduce que la población sufre de varias carencias, tanto en salud, vivienda, educación y empleo.

¹ <http://www.loja.gov.ec/>

Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con el estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, en el 2007 la economía Loja generó un PIB de 412.464 miles de dólares, lo que representó alrededor de 1,9 de la economía nacional.

"La población económicamente activa del cantón Loja, según el Censo del 2001, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones"².

Los principales productos de la provincia de Loja son:

Maíz, café, frejol, caña, maní, arroz, yuca, frutales, hortalizas, papa, ajo, tomate de riñón.

La industria manufacturera es demasiado embrionaria en la Provincia de Loja. Una excepción de lo analizado constituye la empresa Malca o Monterrey, emplazada en el valle del Catamayo en el año 1963 y orientada a la producción de azúcar. Esta empresa agroindustrial, sigue siendo una de las más importantes de la provincia tanto desde el punto de vista del empleo como de las inversiones y de la producción que genera.

De acuerdo al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la mayoría de las industrias lojanas se enmarcan dentro de la pequeña industria, siendo las más numerosas aquellas que se dedican a la industrialización de la madera (27%), y alimentos, bebidas y tabacos (22%).

"En los registros de la cámara de comercio de Loja se encuentran inscritos 1.100 diversos establecimientos de comercio dedicados a actividades como importación, exportación, servicios, manufactura, despensas, abarrotes, imprentas, agencias y representaciones entre otros."³

² <http://www.bce.fin.ec/>

³ <http://www.ccl.com.>

La provincia de Loja ha desarrollado una gastronomía única, entre los platos típicos más destacados tenemos: seco de chivo, cecina lojana, sango, repe, los deliciosos cuyes de San Juan de El Valle, entre otros.

d.2. El Pan

Este humilde y succulento alimento derivado del trigo, es la base y el acompañamiento de todas las comidas. En la actualidad, no solo está catalogado como un producto básico en la dieta de las personas, sino que además, su valor permite calcular índices económicos de referencia como el IPC (Índice de Precios al Consumo), empleado para determinar la evolución del costo de vida en cada país del mundo.

d.2.1 Origen del pan

El pan se convirtió en el alimento básico de la Humanidad desde la prehistoria. Algunos autores coinciden, en que los inicios del pan podrían haber sido una masa de granos semi-molidos, ligeramente humedecida que accidentalmente, debió dejarse abandonada junto a un fuego o sobre una piedra que se fue calentando con el sol.

Lo que sí se conoce es que hace unos 15.000 años el hombre primitivo aprendió a cultivar los cereales del campo, cocerlos y preparar una pasta que se considera la antecesora del pan como lo conocemos hoy.

Además es un alimento popular básico, cuyo consumo se ha propagado por todo el mundo. Se elabora cociendo una mezcla de harina o grano molido, agua o leche, y varios ingredientes más. La harina puede ser de trigo (el grano más utilizado), centeno, cebada,

maíz, arroz, patatas o papas y **soja**. Dependiendo de los ingredientes utilizados, el pan puede ser con levadura o ácimo.⁴

d.2.2 Propiedades

Es una buena fuente de vitaminas del grupo B (vitamina o B1, riboflavina o B2, piridoxina o B6 y niacina, necesarias para el aprovechamiento de los hidratos de carbono, proteínas y grasas, entre otras funciones) y de elementos minerales tales como el fósforo, el magnesio y el potasio.

d.3 La Soya.

Desde hace más de cuatro mil años, el fréjol de soja ha sido para la alimentación humana, por sus infinitas bondades nutritivas.

Los primeros sembríos de esta leguminosa aparecieron primero en China, donde hasta hoy, después del arroz, es el producto más importante en la alimentación de sus habitantes; Con el tiempo la importancia de la soya se ha destacado en innumerables usos como en la industria alimenticia y farmacéutica.

El valor nutricional de la soya es altamente recomendable por sus principios digestibles que son casi completos, lo que da un balance muy adecuado en la alimentación. Este grano es una valiosa fuente de proteínas, vitaminas, minerales y grasas, necesarios para una buena nutrición y una correcta salud.

Las proteínas que son indispensables para el organismo humano la encontramos en la soya en un 38% a 42%, el doble que posee la carne, el pescado, la leche, los huevos y otros alimentos, como podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Alimentos en 100 gramos	Porcentaje proteico
Soya en grano seco	38%
Fréjol común	22%

⁴ <http://www.botanical-online.com/pan>

Pescado	18,6%
Carne de res	18%
Queso	14%
Huevos (3 unidades)	12,6%
Avena	11%
Trigo	11%
Arroz	7%
Leche completa	3,5%
papas	1%

Las proteínas de este elemento son de mejor calidad que las de origen animal, a diferencia de estos últimos, no poseen muchas purinas razón por las que no producen ácido úrico en el proceso de digestión.⁵

Las proteínas cumplen en el organismo las siguientes funciones⁶:

- Elaboran y generan tejidos.
- Activan ciertas reacciones químicas para que los alimentos sirvan en el crecimiento o den energía.
- Contribuyen a la formación de anticuerpos.
- Dos de sus aminoácidos (metionina y cistina) protegen las células hepáticas.
- Intervienen en el equilibrio de los líquidos orgánicos.
- Son vehículos de gran parte del calcio contenido en la sangre.
- Contribuyen en la formación y depósito de glucógeno en el hígado.

⁵ SOYERA Revista de soya, un alimento milagroso, 25 de junio 1993

⁶ Medicina Humana-alimentos saludables

d.4. PROYECTOS DE INVERSIÓN

“Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de Recursos (humanos, materiales, económicos) a una determinada actividad productiva que asegura una rentabilidad mayor que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión o el costo de capital”.

Un proyecto se lo debe considerar como un factor fundamental para la adaptación de las políticas de desarrollo ya que éste forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de desarrollo. El proyecto es el camino o mecanismo para lograr los objetivos y propósitos generales, las políticas y planes.

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

1. Los objetivos que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse, cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluadas y comparadas para seleccionar la mejor.
2. Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación micro y macro y el mercado o región que afectará, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.
3. Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente su momento inicial y final, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.

4. Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quién cubrirá los costos, quienes enfrentarán las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto.

d.4.1 TIPOS DE PROYECTO.

Proyecto de Inversión Privado.

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que se espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el mismo.

Proyecto de Inversión Pública o Social.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo.

d.4.2 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS

d.4.2.1 PREINVERSIÓN.

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre-inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados.

FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSIÓN.

Se entiende así las siguientes:

Generación y análisis de la idea del proyecto.

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o la totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

Estudio del nivel de perfil.

En ésta fase corresponde estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación "sin proyecto", es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto.

El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. En esta fase corresponde además evaluar las alternativas técnicamente factibles. En los proyectos que involucran inversiones pequeñas y cuyo perfil muestra la conveniencia de su implementación, cabe avanzar directamente al diseño o anteproyecto de ingeniería de detalle.⁷

En suma del estudio del perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

- Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requieran. Para facilitar esta profundización conviene formular claramente los términos de referencia.

⁷ PASACA MORA Manuel Enrique Formulación y Evaluación de proyectos de inversión.

- Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase, o sin ellos, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre respecto a la conveniencia de materializarlo.
- Abandonar definitivamente la idea si el perfil es desfavorable a ella.
- Postergar la ejecución del proyecto.

Estudio de pre-factibilidad.

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de pre-factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobre salen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

Estudio de factibilidad.

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre-inversión, se bordan los mismos puntos de la pre-factibilidad. Además de profundizar el análisis del estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre-factibilidad, y que han sido incluidas en los términos y referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere, las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

d.4.2.2 INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha de sus fases que son:

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

Estudios Definitivos: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo ya que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.⁸

Ejecución y Montaje: Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

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

d.4.2.3 OPERACIÓN.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de

⁸ BACA GABRIEL Elaboración y Evaluación de proyectos de Investigación

procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años.

MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES.- Los materiales que se utilizaron para el presente proyecto de tesis fueron:

Computadora, impresora, cartilla tributaria laboral y contable del contador, hojas de impresión, calculadora, bolígrafos, lápices, borradores, carpetas, clips, entre otros materiales.

MÉTODOS

Los métodos que por su naturaleza incluye técnicas y procesos de desarrollo que permitieron elaborar de mejor manera nuestro trabajo. Así tenemos:

MÉTODO INDUCTIVO.- Se utilizó para realizar todo el estudio financiero ya que al conocer los datos particulares que se obtuvieron en el estudio de mercado, se detallaron todos los presupuestos operativos necesarios para la realización de este proyecto.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Este método fue necesario aplicarlo para realizar las proyecciones como: demanda, oferta, depreciaciones, gastos entre otros, ya que al conocer los porcentajes de influencia económica, que están elaborados por las entidades gubernamentales, estos fueron empleados en nuestro proyecto.

MÉTODO ESTADÍSTICO.- Este se lo utilizó especialmente en la realización del estudio de mercado ya que por su característica como es la elaboración de encuestas, es necesario aplicar un método que permita conocer de mejor manera la información recopilada, siendo éste el principal método para lograr el objetivo de obtener la información precisa, para la toma de decisiones.

MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO.- Por medio de éste analizamos y comparamos conceptos, teorías, con la finalidad de aprovechar los más óptimos criterios en el desarrollo del presente trabajo.

TÉCNICAS

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.- Se empleó como fuente de apoyo para la recopilación de la información necesaria e indispensable para el desarrollo investigativo, del cual obtuvimos conceptos y teorías fundamentales referentes al tema a través de: Libros, folletos, revistas e internet.

Para determinar la situación del mercado, se seleccionó como área de influencia a la población de la Ciudad de Loja; donde se aplicaron técnicas de recopilación de la información como: La observación, entrevista y la encuesta.

OBSERVACIÓN.- Para conocer la realidad existente de forma objetiva, realizando la observación directamente en los diferentes puntos de venta para conocer si existe productos de igual características o similares en el mercado.

ENTREVISTA.- La aplicamos para obtener información respecto a los oferentes del producto como: La Empresa "PRONUBASY" y la Empresa Artesanal Productora de pan de Soya. La entrevista se la realizó siguiendo un esquema de referencia la misma que fue desarrollada con anticipación para lograr tener una información amplia y verdadera.

ENCUESTA.- Se aplicó a las familias de acuerdo a la distribución de la muestra, la cual nos permitió determinar la acogida de nuestro producto. Se establecieron 16 preguntas que permitieron conocer los diferentes aspectos con relación al consumo del pan de Soya.

Para establecer la población del proyecto se tomó en cuenta la población de la ciudad de Loja y especialmente por familias. (Dato proyectado del último censo de Población y Vivienda del 2001 INEC).

Población urbana de la ciudad de Loja, según el último censo de 2001 tiene 118.532 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2.08%; con esta información se procedió a encontrar la población del 2009:

$$P_{2009} = P_{2001} (1 + i)^n$$

Dónde: i = tasa de crecimiento anual

$$P_{2009} = 118.532 (1 + 0.0208)^8$$

n = Periodo de tiempo a proyectar

$$P_{2009} = 118.532 (1.1790)$$

P = Población (118.532)

$$P_{2009} = 139753 \text{ habitantes}$$

Se considerará que el número promedio de miembros de familia es de 4 personas, y la cual se dividirá para el número correspondiente de la siguiente manera:

$$\text{Número de Familias} = \frac{139753 \text{ (total de habitantes)}}{4 \text{ miembros}}$$

$$\text{Número de Familias} = 34.938$$

Determinación de la Muestra

Para la determinación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

En donde:

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

n = Muestra

$n = ?$

N = Población de estudio

$N = 34.938$ (Número de Familias 2009)

e = Margen de error

$e = 5\%$

Aplicación de la Fórmula

$$n = \frac{34.938}{1 + 34.938(0.05^2)}$$

$$n = \frac{34.938}{88,35}$$

$$n = 395 \text{ encuestas}$$

Para que la muestra sea representativa se tomó en cuenta la población de las familias en las cuatro Parroquias urbanas de la ciudad de Loja así tenemos:

Cuadro N° 1
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN POR FAMILIAS

Parroquias Urbanas	Población por Familias	%	Muestra (n)	N° Encuestas por Familia
El Valle	6180	17,69	395	70
Sucre	12644	36,19	395	143
El Sagrario	4738	13,56	395	54
San Sebastián	11376	32,56	395	129
TOTAL	34938	100,00		395

Fuente: INEC

Elaboración: Los Autores

Para establecer el número de encuestas se consideró los porcentajes establecidos en cada Parroquia urbana de la ciudad de Loja y por la muestra obtenida anteriormente.

Ejemplo:

(395 muestra x 17.69% Pobl. Del Valle = 70 encuestas por Familia)

PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo se elaboraron cuatro estudios los que detallamos a continuación:

Estudio de Mercado.- Para el inicio de este estudio se procedió a realizar una investigación sobre las familias de la Ciudad de Loja, ya que es un factor importante en el proyecto, por tal razón se utilizó un método para la obtención de una muestra que conlleve a determinar cuántas familias participarán en la encuesta que se desarrolló, la misma que sirvió para conocer los gustos, preferencias, precios de compra, frecuencia de consumo y la acogida del producto a implementar, además se desarrollaron entrevistas a quienes ofertan productos similares.

Una vez recolectada toda la información necesaria se procedió mediante el método estadístico a tabular los resultados en la cual se obtuvo las demandas: potencial, efectiva e insatisfecha y así mismo la oferta existente en la Ciudad; y el estudio de las cuatro "P".

Estudio Técnico.- En el presente estudio se procedió a investigar sobre la ubicación de la empresa, instalaciones, equipos, herramientas y maquinaria que se va a necesitar para la empresa, estudiando minuciosamente sobre los servicios básicos necesarios para las actividades cotidianas y lo más importante sobre las capacidades de las máquinas y equipos a emplear para la elaboración del pan de soya.

Estudio Financiero.- La aplicación de información de precios de los recursos tanto materia prima directa e indirecta, financieros y la ocupación del talento humano en la que se pudo realizar presupuestos, balances, análisis financieros y la rentabilidad o no del proyecto, obteniendo que el total de la inversión del proyecto asciende a \$ 38.713,16 dólares el mismo que va hacer financiado con el 36,16% a través del Banco de Fomento el 63,84% lo aportarán los socios, además se obtuvo que el periodo de recuperación de la inversión es de 1 año, 5 meses, 1 día y una TIR de 59,31%.

Estudio Administrativo.- En este trabajo se estableció los parámetros a seguir para que la empresa sea legalmente administrada. La empresa estará constituida como compañía limitada por las favorables características que tiene tanto en capital como en el número de socios, entre otros aspectos. También se determinaron: Aportaciones de los socios, marca, organigramas estructurales, funcionales, visión, misión de la empresa y manuales de funciones para cada miembro activo de la misma.

Por último se determinaron conclusiones, en las que se manifiesta todo los hechos sustentados en el desarrollo del proyecto, además se establecen recomendaciones las mismas que deben ser tomadas en cuenta para futuras tomas de decisiones.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

f.1. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

Para el desarrollo del presente estudio se utilizó como herramienta de trabajo: la encuesta, entrevista y la observación directa, dirigida tanto a las familias de la Ciudad de Loja como también a los centros de abasto.

1.- ¿CUÁNTAS PERSONAS CONFORMAN SU FAMILIA?

CUADRO N°2
INTEGRANTES POR FAMILIA

Nº DE PERSONAS	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
2	33	8,35
3	46	11,65
4	94	23,80
5	62	15,70
6	65	16,46
7	40	10,13
8	37	9,37
10	10	2,53

12	8	2,03
TOTAL	395	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Del total de las familias entrevistadas, el 23,80% está conformada por 4 miembros, el 15,70% la conforman 5 personas, el 16,46% está integrada por 6 personas, el 11,65% por 3 integrantes, el 10,13% por 7 miembros, siendo estos porcentajes los de mayor incidencia ya que tenemos porcentajes menores al 10% que indican estar conformadas por 2, 8, 10, 12 personas.

2.- ¿EN SU ALIMENTACIÓN DIARIA CONSUME USTED PAN?

CUADRO N° 3
CONSUMIDORES DE PAN EN GENERAL

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
SI	383	96,96
NO	12	3,04
TOTAL	395	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

De la muestra de 395 familias que equivale el 100%, el 96,96% indica que en su alimentación diaria sí consume pan y el 3,04% manifiesta no hacerlo por cuanto no es de su agrado consumir pan.

3.- ¿CUÁNTAS VECES CONSUME USTED PAN?

CUADRO N° 4
FRECUENCIA DE CONSUMO DE PAN

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
Una vez a la semana	23	6,01
Dos veces a la semana	93	24,28

Tres veces a la semana	123	32,11
Todos los días	144	37,60
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Al determinar cuántas veces es el consumo de pan en cada familia se obtuvo la siguiente información: El 6,01% de las familias encuestadas consume una vez a la semana; el 24,28% dos veces a la semana; el 32,11% lo compra tres veces a la semana y con un 37,60% lo consume todos los días.

4.- ¿CUÁNTOS PANES EN LA SEMANA COMPRA USTED PARA SU FAMILIA?

CUADRO Nº 5
CONSUMO DE PAN EN LA SEMANA

CANTIDAD DE PANES (n)	FAMILIAS QUE COMPRAN (f)	PORCENTAJE
5 – 12	64	16,58
13 – 20	49	12,68
21 – 28	56	14,64
29 – 36	84	21,95
37 – 44	37	9,76
45 – 52	9	2,44
53 – 60	47	12,20
61 – 68	0	0,00
69 – 76	30	7,80
77 – 84	7	1,95
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Para analizar esta pregunta se tomaron intervalos de 8 para establecer el consumo de pan que tienen las familias, obteniéndose que el 21,95% de las familias consumen pan de 29 – 36 unidades en la semana, le sigue el 16,58% con un consumo entre 5 – 12 unidades, el 14,64% de 21 – 28 unidades, el 12,68% consumen de 13 – 20 unidades, el 12,20% entre 53 – 60 panes, teniendo porcentajes menores al 10% que se encuentran entre los intervalos: 37 - 44, 45 – 52, 61 – 68, 69 – 76, 77 – 84 en consumo de pan.

5.- ¿CUÁNTAS CLASES DE PAN CONSUME USTED?

CUADRO Nº 6
PREFERENCIAS DE PANES

CLASES DE PAN	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
Bollos	47	12,20
Integral	30	7,80
Pan Blanco	121	31,71
Pan Rebanado	9	2,44
Pan de Yuca	2	0,49
Pan de Soya	4	0,98
Pan Blanco y Bollos	106	27,80
Pan Rebanado y Pan Blanco	26	6,83
Integral y Pan Blanco	22	5,85
Integral Y Bollos	15	3,90
Otros	0	0,00
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

De las 383 familias, el 31,71% manifestó consumir pan blanco, el 27,80% consumen pan blanco y bollos, el 12,20% prefiere consumir solo bollo, los demás porcentajes se encuentran por debajo del 8% de los cuales el pan de soya tiene un porcentaje del 0,98%

6.- ¿DÓNDE LO ADQUIERE AL PAN?

CUADRO N° 7
ESTABLECIMIENTOS OFERTANTES DE PAN

OPCIONES	FAMILIAS (F)	PORCENTAJE
Panaderías	131	34,11
Supermercados	41	10,72
Tiendas (de su barrio)	77	20,08
Lo elabora usted en casa	0	0,00
Panaderías y Tiendas de su B.	84	21,93
Panaderías y Supermercados	50	13,16
Otros	0	0,00
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Según la encuesta realizada se determinó cuáles son las preferencias en lo concerniente a los puntos de compra, así tenemos que las panaderías llevan el primer lugar con un 34,11%; las tiendas con el 20,08% tienen el segundo lugar de preferencia, especialmente por la cercanía que existe a los hogares encuestados; también tenemos que el 21,93% adquieren el pan tanto en panaderías como en tiendas, sumando estos tres porcentajes un 76,12%.

7.- ¿A QUÉ PRECIO COMPRA USTED EL PAN?

CUADRO N° 8
PRECIOS DEL PAN EN EL MERCADO

PRECIO DE COMPRA	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
\$ 0,10	95	24,80
\$ 0,15	180	47,00
\$ 0,20	28	7,31
\$ 0,25	15	3,92
\$ 0,30 en adelante	65	16,97
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Con referencia al precio tenemos que el porcentaje mayor 47,00% compra el pan a 0,15ctv, el 24,80% lo compra a 0,10ctv y el 16,97% consume pan rebanado a un precio de más de 0,30ctv, un porcentaje de 7,31% lo compra a 0,20ctv y el 3,92% a 0,25ctv.

8.- ¿SABE, QUE EL PAN DE SOYA TIENE UN ALTO PORCENTAJE DE NUTRIENTES: PROTEINAS, GRASAS LAS DE TIPO OMEGA 3 E ISOFLAVONAS QUE DISMINUYEN EL RIESGO DE ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES Y DE OSTEOPOROSIS?

CUADRO N° 9
COMOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES DE LA SOYA

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
SI	319	83,29
NO	64	16,71
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

El 83,29% de personas manifiesta conocer que el pan de soya tiene un alto porcentaje de nutrientes y el 16,71% señala que no conoce de esta propiedad de la soya.

9.- ¿CREE QUE ES NECESARIO LA PRODUCCIÓN DE PAN A BASE DE HARINA DE SOYA PARA LA CIUDAD DE LOJA?

CUADRO Nº 10
ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
SI	319	83,29
NO	64	16,71
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

El 83,29% de familias que dicen conocer las propiedades de la soya están de acuerdo en la producción de pan a base de este producto y el 16,71% manifiesta un desinterés en la elaboración de este pan.

10.- EN CASO DE INSTALARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA CON PERSONAL CALIFICADO Y QUE LE BRINDE UNA BUENA ATENCIÓN ¿COMPRARÍA ESTE PRODUCTO?

CUADRO Nº 11
FUTUROS COMPRADORES DEL PRODUCTO

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
SI	319	83,29
NO	64	16,71
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

El 83,29% de las familias encuestadas están dispuestas a comprar el producto en caso de instalarse una empresa productora de pan de soya y el 16,71% no está de acuerdo en adquirirlo.

11.- ¿CUÁNTAS UNIDADES ESTA DISPUESTO A COMPRAR Y CON QUÉ FRECUENCIA LO HARÍA?

CUADRO Nº 12
FRECUENCIA DE COMPRA DEL PAN DE SOYA

Nº DE VECES A LA SEMANA	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
1	82	25,71
2	121	37,93
3	40	12,54
4	51	15,99
5	11	3,45
7	14	4,39
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Al determinar la frecuencia de compra a la semana tenemos que el 37,93% lo haría dos veces por semana; el 25,71% una sola vez, un 15,99% lo haría 4 veces a la semana y un 12,54% lo haría 3 veces a la semana, el 4,39% consumirían todos los días y el 3,45% lo comprarían al producto 5 veces por semana.

CUADRO Nº 13
DEMANDA DEL PAN DE SOYA

UNIDADES DE PAN	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
4 – 12	201	63,01
13 – 21	66	20,69
22 – 30	20	6,27
31 – 39	17	5,33
40 – 48	6	1,88
49 – 57	5	1,57
58 – 64	0	0,00
65 – 73	4	1,25
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

De la encuesta aplicada se determinó que el 63,01% de familias están dispuestas a comprar de 4 – 12 unidades de pan de soya en la semana, el 20,69% consumiría nuestro producto en una cantidad de 13 – 21 unidades de pan, un 6,27% la cantidad de 22 – 30 unidades, el 5,33% la cantidad de 31 – 39 unidades y con porcentajes menores al 2% estarían dispuestos a comprar pan de soya de 40 – 73 unidades en la semana.

12.- ¿HASTA CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR CADA PAN DE SOYA?

CUADRO Nº 14
PREFERENCIA DE PRECIOS

PRECIO DEL PAN DE SOYA	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
\$ 0,15	274	85,89
\$ 0,20	31	9,72
\$ 0,25	14	4,39
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Con relacionado al precio de venta obtuvimos que la mayor parte de los encuestados, que constituyen el 85,89% lo pagaría a \$ 0,15, el 9,72% pagarían \$0,20 y el 4,39% estarían dispuestos a pagar \$0,25.

13.- ¿CONOCE ALGUNA EMPRESA QUE BRINDE ESTE PRODUCTO EN LA CIUDAD DE LOJA?

CUADRO Nº 15
OFERTA DE PAN DE SOYA

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
SI	17	5,33
NO	302	94,67
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

El 94,67% manifiestan no conocer ninguna empresa que brinde este producto en la ciudad y el 5,33% dice si conocer, manifestado que este producto lo expenden los centros naturistas.

14.- ¿CÓMO LE GUSTARÍA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO?

CUADRO Nº 16
PREFERENCIAS EN PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

OPCIONES DE COMPRA	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
Fundas de 4 panes	84	26,33
Fundas de 8 panes	90	28,21
Fundas de 12 panes	56	17,55
OTROS	89	27,90
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Con lo relacionado a la presentación del producto tenemos que el 26,33% lo requiere en fundas de 4 panes; el 28,21% en fundas de 8 panes; el 17,55% en fundas de 12 panes y el 27,90% lo desearían que lo distribuyan en fundas de 3, 5, 14 panes e inclusive en unidades.

15.- ¿DÓNDE LE GUSTARÍA A UD. ADQUIRIR EL PRODUCTO?

CUADRO Nº 17

ESTABLECIMIENTOS PREFERIDOS

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
Panaderías	117	36,68
Supermercados	28	8,78
Tiendas (de su barrio)	121	37,93
Auto – Servicios	9	2,82
Panaderías y Supermercados	44	13,79
Otros	0	0,00
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Los encuestados manifiestan que para adquirir el producto lo harían el 36,68% en panaderías, el 37,93% en tiendas, el 13,79% lo comprarían al producto tanto en panaderías como en supermercados, el 8,78% comprarían en supermercados y el 2,82% en auto-servicios.

16.- ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA INFORMARSE CON MAYOR FRECUENCIA?

CUADRO N° 18
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

OPCIONES	FAMILIAS (f)	PORCENTAJE
Televisión	70	21,94
Radio	47	14,73
Prensa	31	9,72
Internet	0	0,00
Televisión y Prensa	31	9,72
Televisión y Radio	78	24,45
Televisión e Internet	12	3,76
Prensa y Radio	28	8,78
Televisión, Prensa y Radio	22	6,90
Otros	0	0,00
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Los medios de comunicación que más utiliza la gente son la televisión con un 21,94%, la radio el 14,73%, la prensa escrita el 9,72%; existe preferencias por parte de la ciudadanía de más de un medio como: Televisión y prensa el 9,72%, televisión y radio el 24,45% y con porcentajes menores al 9% manifiestan utilizar todos los medios disponibles.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

g.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se orientó para conocer la demanda del producto, presentaciones, gustos, preferencias, la oferta existente y aspectos relacionados a la plaza como: precio, promoción, publicidad, etc. Para el presente análisis se determinó previamente la muestra, que fue de 395 familias establecidas de acuerdo a los datos proyectados de la Población de la Ciudad de Loja del último Censo de Población y Vivienda 2001.

En la recopilación de la información a través de las encuestas aplicadas se pudo determinar que el promedio de integrantes por familia es de 5,19 equivalente a 5 personas, obtenido

del cuadro N° 1, y mediante la fórmula: $\bar{x} = \frac{\sum n \times f}{N}$, dato que difiere con el determinado por el INEC en el último censo poblacional del 2001, que señala un promedio de 4 personas.

Este valor determinado lo dejamos planteado para futuros trabajos, ya que es obtenido mediante una muestra de 395 familias, es por esta razón que para realizar nuestro proyecto se consideró el dato que maneja el INEC porque este organismo trabaja con poblaciones totales.

El producto que se desea elaborar es Pan de Soya, el mismo que por su valor nutritivo que contribuye a fortalecer la salud y a prevenir enfermedades consideradas graves como el cáncer es de nuestro interés contribuir no solo con un proyecto económicamente rentable, que estimule el crecimiento micro empresarial sino también colaborar con la salud alimentaria que tanto se habla en estos días.

g.1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda en el presente estudio se encuentra dada por la cantidad de panes de soya que el mercado requiere o consume en un determinado tiempo, por esta razón para determinar la demanda actual se consideró la encuesta aplicada obteniendo lo siguiente:

g.1.2 DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial se utilizó el siguiente procedimiento:

Según el cuadro N° 3 de las 395 encuestas aplicadas 383 (96,96%) consumen Pan, por lo tanto de las 34.938 familias que existen en la ciudad de Loja **33.876 familias** son las que consumen Pan con un promedio de consumo de 33,38 unidades a la semana este dato se obtuvo según cuadro N°4 - N°5, anexo cuadro N° 51 y aplicando la fórmula $\bar{x} = \frac{\sum X_i \times f}{N}$. Así tenemos: 33,38 equivalente a 33 unidades de pan este valor dividido para 7 días que tiene la semana y el resultado multiplicado por 365 días que tiene el año obtenemos 1.721 unidades de pan promedio que consume **cada familia** lojana en el año; multiplicando este dato por el

total de familias que consumen pan (33.876 familias) se tiene una demanda potencial de 58'300.596 panes.

La Demanda potencial la tomamos de las familias que consumen pan, ya que estas por el gusto o preferencia que tienen a este producto en alguna ocasión, si se les presenta un producto similar elaborado con otro tipo de harina como es la soya, estas familias pueden o estarían en condiciones para consumir el pan de soya.

**CUADRO Nº 19
DEMANDA POTENCIAL**

Parroquias	Porcentaje	Familias que consumen Pan	Pro. De Consumo Anual de Pan	Total (panes)
El Valle	17,69	5993	1721	10313953
Sucre	36,19	12260	1721	21099460
El Sagrario	13,56	4593	1721	7904553
San Sebastián	32,56	11030	1721	18982630
	Total Familias	33876		58300596

Fuente: Metodología Cuadro Nº 1, Cuadro Nº 3, Nº4 y Nº5

Elaboración: Los Autores

g.1.3 DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva se tomó en cuenta la pregunta Nº 10 de la encuesta aplicada que manifiesta: “En caso de instalarse una empresa productora de pan de soya con personal calificado y que le brinde una buena atención. ¿Compraría este Producto?”. Teniendo una aceptación del 83,29% que significa que 28.215 familias están dispuestas a consumir Pan de soya (según cuadro Nº 11). Luego en nuestra encuesta realizada se preguntó: ¿Cuántas veces y con qué frecuencia compraría nuestro producto en la semana? determinándose mediante los cuadros Nº 12 – 13, Anexo cuadro Nº 52 se determinó una cantidad total de 4.650 unidades de pan en la semana, existiendo un promedio de consumo

por familia de 14,57 equivalente a 15 panes de soya, promedio obtenido mediante fórmula

$$\bar{x} = \frac{\sum X_i \times f}{N}$$

Para poder determinar el promedio de consumo anual de Pan de Soya dividimos $15 \div 7$ días que tiene la semana y el resultado lo multiplicamos por 365 días que tiene el año, obteniendo un promedio de 782 Panes de Soya; multiplicando este resultado por las familias que están dispuestas a consumir (28.215 familias) el Pan de Soya logramos determinar la demanda efectiva que es de **22'064.130** panes de Soya anuales.

**CUADRO Nº 20
DEMANDA EFECTIVA**

Parroquias	Familias que consumen Pan	Familias que están dispuestas a consumir pan de Soya	Pro. De Consumo Anual de Pan de Soya	Total (panes)
El Valle	5993	4992	782	3903744
Sucre	12260	10211	782	7985002
El Sagrario	4593	3825	782	2991150
San Sebastián	11030	9187	782	7184234
TOTAL	33876	28215	TOTAL	22064130

Fuente: Cuadro Nº 11 – 12 – 13 - 19

Elaboración: Los Autores

g.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la ciudad de Loja, se expenden las diferentes clases de pan como: Pan integral, pan rebanado, pan de yuca, pan blanco, bollos, entre otros, los cuales son distribuidos a través de establecimientos comerciales como: Panaderías, Centros Naturistas, Supermercados y tiendas.

Con información obtenida en el departamento de Higiene del Ilustre Municipio de Loja, se conoció que en la ciudad de Loja existe 95 Panaderías, 13 Centros Naturistas, 10 Supermercados, 999 Tiendas-Bodegas.

Para determinar la oferta de Pan de Soya se utilizó unas de las herramientas de la investigación como la observación y la entrevista a todos los centros de distribución antes mencionados así tenemos: 47 panaderías, 7 Centros Naturistas, 499 Tiendas-Bodegas y a todos los supermercados, en la que se determinó que solamente en dos Centros Naturistas se expende Pan de Soya (ALIVINATU, IDROBO).

Gracias a esto se logró conocer que existen dos micro-empresas abastecedoras de pan de Soya:

- **PRONUBASY**, que se encuentra ubicada en Zamora Huayco, está micro-empresa es de propiedad de la Ing. Com. Silvia Ruiz que distribuye dos clases de panes como el integral y el pan de soya, su producción es de 600 a 700 panes de soya a la semana, los cuales son entregados en fundas de 8 unidades con el nombre de **SOYAPAN** a los Centros Naturistas (ALIVINATU, IDROBO), además realiza entregas directamente al consumidor final mediante pedido, a un precio de venta al público de 1,25 ctvs., y para distribución de 1,00 dólar.
- La segunda micro-empresa, se encuentra ubicado en el sector Obrapía y elabora el pan de soya de forma artesanal, su propietario es el Señor Carlos Chamba el mismo que distribuye su producto principalmente al personal del Ilustre Municipio de Loja y también lo expende directamente desde su casa al consumidor final; la producción es de 300 panes aproximadamente a la semana a un precio de 1,00 dólar la funda de 8 unidades; cabe señalar que la entrega la realiza en fundas de uso común, sin ningún distintivo que lo identifique.

CANTIDAD OFERTADA DE PAN DE SOYA POR LOS DOS ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES.

**CUADRO N° 21
OFERTANTES DE PAN DE SOYA**

Micro-empresas	Unidades de Pan Semanal	Unidades de Pan Anual
PRONUBASY	650	33800
Producción Artesanal	300	15600
TOTAL	950	49400

Fuente: Entrevista directa

Elaboración: Los Autores

g.1.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EFECTIVA.

En el Cuadro N° 25 para determinar la Proyección de la demanda efectiva se procede a realizar el cálculo con un incremento del 2.08 % (Tasa de crecimiento anual de la ciudad de Loja tomado del INEC), para cada año de la demanda del nuevo producto elaborado por nuestra empresa; por lo tanto siguiendo el procedimiento señalado tenemos una demanda efectiva para el **año base** de **22'064.130** unidades de pan de soya; así mismo determinamos la oferta con un incremento del 3,80% dato que se lo calculó tomando como referencia la producción de pan de soya de dos años anteriores de las empresas ofertantes Cuadro N° 22, 23, 24 (Tasa de crecimiento de producción de los ofertantes)

CUADRO N° 22
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA PRONUBASY

Periodo	Cantidad Semanal de Producción	% de Crecimiento
2007	600,00	0,00
2008	630,00	5,00
2009	650,00	3,17

Fuente: Entrevista directa

Elaboración: Los Autores

CUADRO N° 23
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA ARTESANAL

Periodo	Cantidad Semanal de Producción	% de Crecimiento
2007	280,00	0,00
2008	290,00	3,57
2009	300,00	3,45

Fuente: Entrevista directa

Elaboración: Los Autores

CUADRO N° 24
PROMEDIO DEL CRECIMIENTO DE PRODUCCIÓN DE LOS OFERTANTES

Micro-empresas	2008	2009	TOTAL	PROMEDIO
PRONUBASY	5,00	3,17	8,17	4,09

EMPRESA ARTESANAL	3,57	3,45	7,02	3,51
PROMEDIO				3,80

Fuente: Entrevista directa

Elaboración: Los Autores

**CUADRO N° 25
PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA**

PERIODO		DEMANDA EFECTIVA CON INCREMENTO 2,08%	OFERTA ANUAL CON INCREMENTO 3,80%	DEMANDA INSATISFECHA
0	2009	22064130	49400	22014730
1	2010	22523064	51277	22471787
2	2011	22991544	53226	22938318
3	2012	23469768	55248	23414519
4	2013	23957939	57348	23900591
5	2014	24456264	59527	24396737

Fuente: Cuadro N°20 – N° 21 y N°24

Elaboración: Los Autores

g.1.6 COMERCIALIZACIÓN

La Comercialización de Pan de Soya generará una transacción económica entre la producción y el consumo del mismo; desarrollando así la productividad dentro de la ciudad que es muy escasa, logrando beneficiar a la sociedad en general e incentivando a la creación de micro-empresas.

Para que el producto llegue al consumidor final de manera eficiente se propone utilizar un canal de distribución que permita el manejo adecuado de nuestro producto, es así que se plantea utilizar los puntos de venta como: Panaderías, tiendas, supermercados y Autoservicios. Los mismos que serán atendidos cumpliendo rutas semanales de visita de tal manera que cada punto de venta sean frecuentados dos veces a la semana.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda efectiva, la competencia y según el crecimiento de los consumidores.

g.1.7 PRODUCTO (EL PAN DE SOYA)

El pan de soya es rico en hidratos de carbono complejos (almidón) y contiene más grasa que el pan blanco (mayoritariamente poli-insaturadas y de tipo omega-3). Aporta proteínas muy completas o de gran valor biológico, en las que se presentan todos los aminoácidos esenciales.

El Pan de soya será elaborado con los ingredientes de mejor calidad y en especial con harina de soya seleccionada para nuestro producto, sometándose a un proceso de fabricación manteniendo las cualidades nutritivas del mismo y lo importante cumpliendo las normas establecidas por el Ministerio de Salud.

El Producto será entregado en fundas de 8 unidades de pan de soya cada uno, como lo demuestra el cuadro N° 16 que nos indica que un 28.21% de los encuestados prefieren en fundas de 8 unidades, además se determinó que un porcentaje de 26,33% gustarían en fundas de 4 unidades, así también un porcentaje del 27,90% que prefieren lo distribuyan en fundas de 3, 5, 14 panes e inclusive en unidades. Para nuestro proyecto se consideró establecer el embalaje del producto en fundas de 8 unidades por cuanto se tendrá mejor manejo en la distribución y una mayor rentabilidad por cuanto se ubicará más unidades de pan en el mercado.

La marca del pan será **“NATURAL”**, este nombre evoca la idea de un pan de soya elaborado con ingredientes que brinda la naturaleza, sin preservantes que disminuya su calidad nutritiva, con un logotipo que se diferencie de las otras marcas. La razón social de la empresa es **NUTRI-PAN Cía. Ltda.**

GRAFICO N° 1

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

"NATURAL"

Su pan de soya

8
UNIDADES



P.V.P \$ 1,50

Es un producto
NUTRI-PAN

PESO NETO: 450g

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Especificación	Cantidad %
Calorías	
Grasas	
Proteínas	
Carbohidratos	
Azúcares	
Vitaminas	
Calcio	
Colesterol	
Sodio	
Fibra dietética	
Azúcares	
Proteínas	

NUTRI-PAN

Fábrica y Atención
Loja: Ancón 13-87
entre Av. Cuxibamba y
Av. Gran Colombia.

Telf:
www.nutripan.com
ventas@nutripan.com

Ingredientes: Harina de Soya, miel de panela, huevos, levadura, aceite vegetal y agua.

Mantener en lugar fresco

LOTE: **Elaborado Conforme**

Fecha de elaboración: **Norma INEN**
Fecha de expiración:

g.1.8 PRECIO.

El precio es uno de los elementos más importantes dentro de la mezcla de mercado, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa más aún cuando se intenta ingresar productos nuevos al mercado local, en donde se debe escoger una política de precios adecuado de acuerdo a los precios fijados por la competencia.

El precio del producto se lo establecerá sobre la base de los costos que incurra la elaboración del producto, además estableciendo el porcentaje de utilidad que la empresa planifica recibir, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del consumidor $PV = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$. Así tenemos que el precio más el margen de utilidad que se lo estableció en un 35% nos da un valor de \$0,1508 cada unidad de pan de soya en el primer año, vendiendo al distribuidor la funda de 8 unidades en \$ 1,2064; originando un precio de venta al público de \$1,50 con un margen de utilidad para nuestros distribuidores del 24,34%.

g.1.9 PLAZA.

Una vez determinado el tipo de producto que se ofrecerá, es necesario ponerlo a disposición del comprador; y es la variable de plaza o distribución comercial la que desarrolla esta función.

La distribución, son los diferentes caminos, etapas o escalones que los servicios o productos pueden recorrer hasta llegar al consumidor o usuario final. La producción y comercialización de pan de soya, se la realizará en la Ciudad de Loja (Ver gráfico N° 2).

La elección adecuada de los canales de distribución o comercialización es importante en razón de que ellos significan adquirir compromisos de largo plazo con los contactos que servirán de nexos con el cliente final.

GRÁFICO N° 2



g .1.10 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La Empresa a los distribuidores les brindará la información necesaria con relación a todo lo concerniente con el producto, creando un mecanismo de transmisión de información donde el cliente actúa como receptor y la empresa como emisor, dando como resultado un cliente conocedor del producto que desea adquirir y que le permita una compra satisfactoria; además a los distribuidores se les ofrecerá promociones que le motiven a vender más nuestro producto.

Así mismo la empresa para darse a conocer utilizará los diferentes medios de comunicación como la televisión y la radio ya que son los más utilizados según el cuadro N° 18 de la encuesta realizada a la ciudadanía, que prefiere estos dos medios de comunicación.

El contenido de los anuncios tendrá un mensaje que permita captar la atención de los posibles consumidores e impulsar la adquisición de nuestro producto.

PLAN DE PUBLICIDAD PARA EL PAN DE SOYA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TIEMPO: Se realizará una campaña agresiva durante los tres primeros meses de lanzado el producto al mercado, utilizando los medios de comunicación de mayor difusión en la Ciudad de Loja, tanto en televisión, radio y prensa escrita.

Después de los tres meses se continuará con la publicidad haciendo uso de trípticos en donde se detallará de forma específica las propiedades del producto y con la ayuda de afiches se hará conocer el producto en cada punto de venta.

Eslogan de la campaña: *“Natural preocupándose por la salud de tu familia”*

**CUADRO Nº 26
PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ESPECIFICACIÓN	MENSAJE	Nº VECES	TIEMPO	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
TELEVISIÓN	Dar a conocer mediante un audio-video sobre la elaboración y propiedades nutritivas del Pan de Soya y su diferencia en relación al pan común, así mismo dar a conocer el precio, presentación y donde pueden adquirirlo.	6	30 Seg.	→ ECOTEL
RADIO	Dar a conocer mediante un audio sobre la elaboración y propiedades nutritivas del Pan de Soya y su diferencia en relación al pan común, así mismo dar a conocer el precio, presentación y donde pueden adquirirlo.	9	30 Seg.	→ Rumba → Luz y Vida → Matovelle
PRENSA ESCRITA	Un espacio publicitario de 15 cm x 15 cm en donde irá el nombre, logo y precio del PAN DE SOYA, además una pequeña información de nutrición.	1	1 Diaria	→ La Hora

Fuente: Medios de Comunicación de Loja

Elaborado: Los Autores

GRAFICO N° 3

DISEÑO DEL TRIPTICO:

Dimensiones: 17cm x 8,5cm

ANVERSO

<p><i>“Natural preocupándose por la salud de tu familia”</i></p> <p>El Pan de soya está elaborado con los mejores ingredientes naturales y en especial con harina de soya seleccionada, sometiéndose a un proceso de fabricación con los altos estándares de calidad manteniendo las cualidades nutritivas,</p>	<p><u>NATURAL</u></p> <p>Fábrica y Atención Loja: Ancón 13-87 entre Av. Cuxibamba y Av. Gran Colombia.</p> <p>Telf: www.nutripan.com ventas@nutripan.com</p> <p>LOJA - ECUADOR</p>	
---	--	---

GRAFICO N° 4

REVERSO

CARACTERISTICAS DEL PAN DE SOYA	EL VALOR NUTRICIONAL DE LA SOYA	Alimentos en 100 gramos	Porcentaje proteico
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Es altamente recomendable por sus principios digestibles. ❖ Contiene un alto porcentaje de proteínas y aminoácidos. ❖ Contribuye a la formación de anticuerpos. ❖ Es fuente de energía. 	<p>Es altamente recomendable por sus principios digestibles que son casi completos, lo que da un balance muy adecuado en la alimentación. Este grano es una valiosa fuente de proteínas, vitaminas, minerales y grasas, necesarios para una buena nutrición y una correcta salud.</p>	<p>Soya en grano seco</p> <p>Fréjol común</p> <p>Pescado</p> <p>Carne de res</p> <p>Queso</p> <p>Avena</p> <p>Trigo</p> <p>Arroz</p> <p>Leche completa</p>	<p>38%</p> <p>22%</p> <p>18,6%</p> <p>18%</p> <p>14%</p> <p>11%</p> <p>11%</p> <p>7%</p> <p>3,5%</p>

GRAFICO N° 5

DISEÑO DEL AFICHE:

Dimensiones: 45 cm x 31 cm

*“Natural preocupándose por la salud
de tu familia”*

“NATURAL”

Su pan de soya

P.V.P \$ 1.50



Es un producto
NUTRI-PAN

PEDIDOS AL 0000-000
www.nutripan.com
ventas@nutripan.com

g.2. ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de producción del pan de soya.

Aquí se consideran los datos obtenidos por el estudio de mercado, también como determinar la tecnología adecuada para la utilización, el espacio físico, recursos materiales y talentos humanos, a su vez se describe el tamaño que tendrá la planta a implementarse, la localización y el diseño.

g.2.1 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

g.2.1.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para la localización de la empresa hemos considerado algunos aspectos como: la materia prima, insumos, materiales de envasado que se necesitan para la producción del Pan de Soya y a su vez que estén al alcance del lugar donde se va a ubicar la empresa.

g.2.1.2 SERVICIOS BÁSICOS.

La Ciudad de Loja, cuenta con todos los servicios básicos, como es agua potable, alcantarillado, luz eléctrica, telefonía Fija y móvil.

Vías de Acceso

Las vías de acceso a la ciudad, tanto en el aspecto inter-cantonal como interprovincial es normal, tomando en cuenta que en el último año existe un mejoramiento notorio de las vías que conducen a nuestra Provincia y Ciudad se puede considerar que en los próximos años se prevé mejoras sustanciales de las vías por el impulso que el actual gobierno realiza.

Materia Prima

El Cantón Loja y específicamente la ciudad de Loja se caracteriza por ser consumista lo que ha originado un desarrollo comercial en todos los campos, es así que para obtener la materia prima como: la panela, huevos, levadura, sal, agua y aceite se proveerá del Centro de

Abastos y Comercio como lo es en el mercado Gran Colombia que se encuentra ubicado a pocos metros en donde estará ubicada la Empresa **NUTRI-PAN** y nuestro principal ingrediente como la harina de soya será obtenida mediante pedido por un distribuidor de la ciudad de Loja como es Distribuidora Imelda Jaramillo Cia Ltda.

Mano de Obra

La mano de obra existente en la Ciudad de Loja es suficiente ya que previo a una selección del personal para determinar las capacidades, habilidades y destrezas se escogerá a las personas más óptimas para desempeñar los cargos predeterminados llegando a formar parte de nuestra empresa.

Terreno

La empresa para el normal funcionamiento de sus actividades, cuenta con un área de 150m² que permite realizar las actividades de la mejor manera.

Transporte

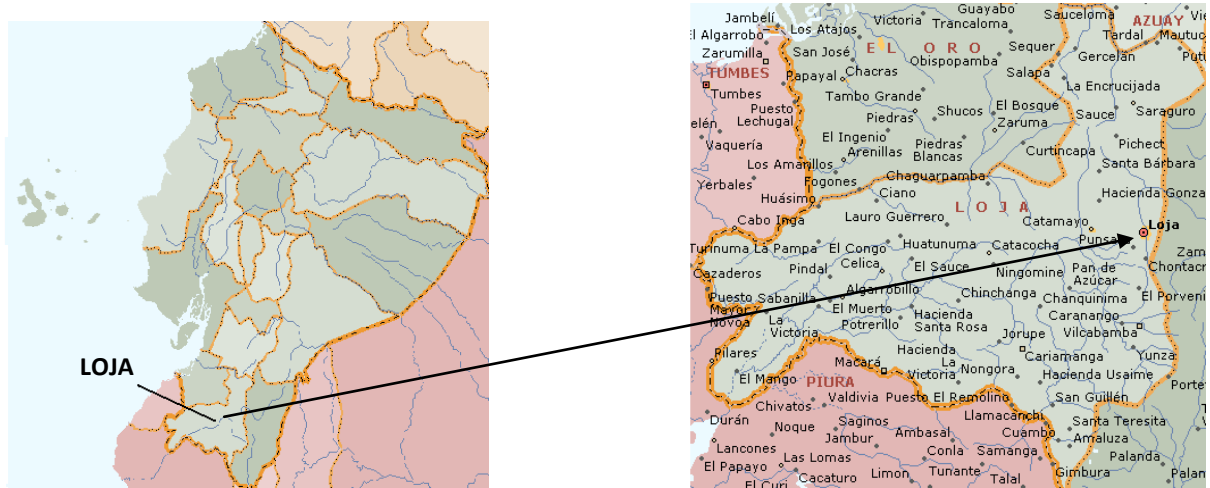
La empresa contará con su propio vehículo, destinado para el traslado de la materia prima e insumos y también para la distribución del producto terminado, a los diferentes puntos de venta.

g.2.1.3 MACROLOCALIZACIÓN

Es importante dar a conocer de forma objetiva la empresa donde se elaborará el pan de soya, con el propósito que la ciudadanía conozcan el lugar donde estará ubicada, es así que nuestra empresa se instalará en la región sur del País específicamente en la Provincia, Cantón y Ciudad de Loja.

GRÁFICO Nº 6

MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA NUTRI-PAN



g.2.1.4 MICROLOCALIZACIÓN

Para determinar el sitio específico donde se ubicara la empresa se consideró todos los aspectos antes mencionados los mismos que nos ayudaron a determinar que la empresa estará ubicada en:

- Ciudad : Loja.
- Parroquia : El Valle.
- Sector : Gran Colombia.
- Calles : Ancón 13-81 entre Avda. Gran Colombia y Avda. Cuxibamba.

GRÁFICO Nº 7

MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA NUTRI-PAN



g.2.2 TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño de la Empresa Productora de Pan de Soya está determinada por los recursos financieros disponibles, además por la maquinaria de fácil manejo e instalación y el talento humano tanto en la función administrativa como en la productiva.

g.2.2.1 TAMAÑO DE LA PRODUCCIÓN

La Capacidad de la producción del Pan de Soya está relacionada al número de familias existentes en la ciudad y en especial a la demanda insatisfecha determinada en el presente proyecto, que a su vez será atendida por los diferentes canales de distribución que se implementará.

g.2.2.2 TAMAÑO EN RELACIÓN CON LA MATERIA PRIMA

La materia prima para la producción del Pan de Soya es de fácil acceso, así mismo existe en el mercado suficiente cantidad que permite en un tiempo futuro aumentar la capacidad de producción sin ningún inconveniente.

g.2.2.3 TAMAÑO EN RELACIÓN CON LA TECNOLOGÍA

El tamaño en relación con la tecnología está orientada principalmente al horno, por cuanto este tiene la moderna tecnología de los últimos años, existiendo hoy en día hornos giratorios que son de fácil adquisición en el mercado local, los mismos que están constituidos por 2 cámaras, optimizando el leudado y horneado sin perder los ingredientes nutritivos, obteniendo un pan de soya de calidad con una producción de 762.000 unidades de pan de soya anual

g.2.3 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad Instalada de nuestra empresa **NUTRI-PAN** es de 762.000 unidades de pan de soya anual la cual la obtuvimos tomando en cuenta los siguientes aspectos:

→ Los días laborables de nuestra empresa son 254 días, considerando que se trabajará de lunes a Viernes; se restó de 365 días, sábados, domingos y 7 días festivos (104=sábados-domingos; 7=días festivos).

→ Se contará con un horno el cual tienen una capacidad de horneado de 40Kg/hora. Considerando los tiempos que se necesitan para la elaboración del producto se determinó que el horno tiene una capacidad en nuestra empresa de 2 horneadas produciendo en total 3000 panes por día; es decir cada horneada tendrá una producción de 1500 panes por dos horneadas que se realizará en el día nos da un total de 3000 panes de soya producidos en un día.

g.2.4 CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada es del 100% y se la realizará así ya que la inversión en lo que respecta a maquinaria, herramientas, infraestructura y personal está proyectada para ser uso de esta capacidad.

**CUADRO Nº 27
CAPACIDAD UTILIZADA**

PERIODO	DEMANDA INSATISFECHA	% de producción con relación a la demanda insatisfecha	Capacidad de Producción	% de producción con relación a capacidad instalada	CAPACIDAD INSTALADA
0	22014730	0	0	0	762000
1	22471787	3,39	762000	100,00	762000
2	22938318	3,32	762000	100,00	762000
3	23414519	3,25	762000	100,00	762000
4	23900591	3,19	762000	100,00	762000
5	24396737	3,12	762000	100,00	762000

Fuente: Cuadro Nº 25

Elaborado: Los Autores

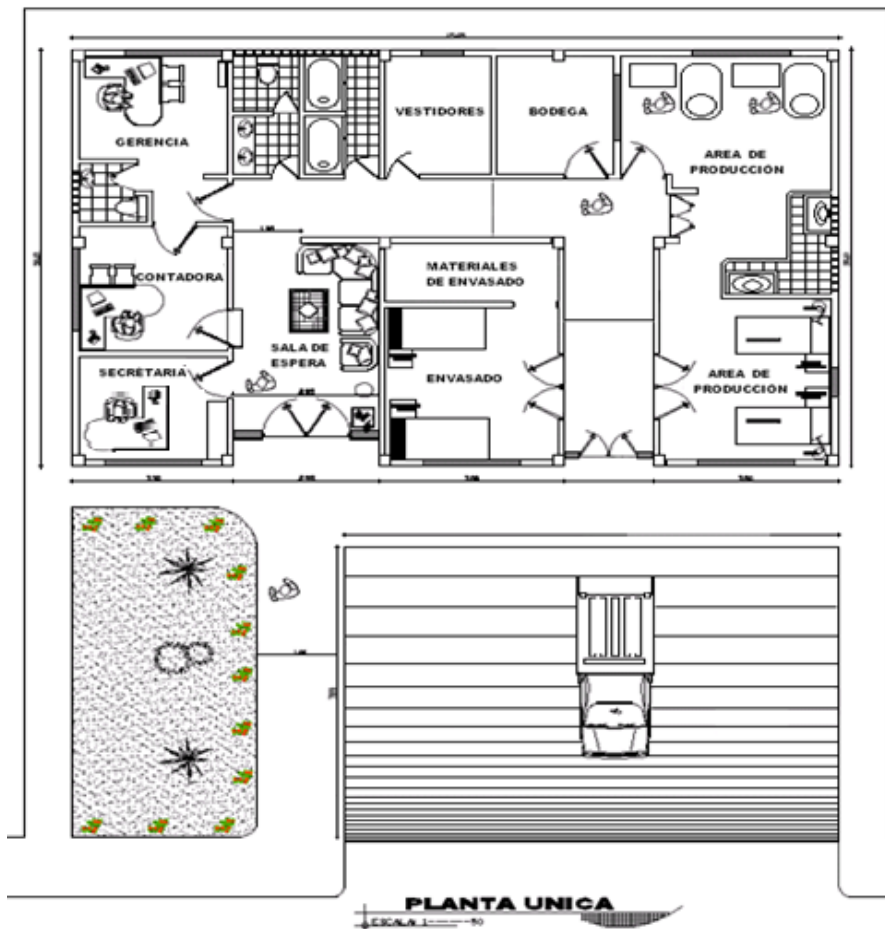
g.2.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

g.2.5.1 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

Para el funcionamiento de nuestra empresa se estima un área de 150 metros cuadrados que serán distribuidos técnicamente para tener un correcto manejo administrativo y productivo.

El local donde se establecerá nuestra empresa será arrendada y estará ubicada en la parroquia El Valle sector Gran Colombia en las calles Ancón entre Avda. Gran Colombia y Avda. Cuxibamba. Además el local está construido de hormigón armado, pisos de cerámica, cubierta de Loza y se lo adecuará para los requerimientos que se necesiten como a continuación lo presentamos:

**GRÁFICO N° 8
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA**



ÁREAS DE LA PLANTA	
ÁREA ADMINISTRATIVA	32.70 m²
ÁREA DE PRODUCCIÓN	117.30 m²
TOTAL	150.00 m²

GRÁFICO Nº 9
CUBIERTA DE LA PLANTA

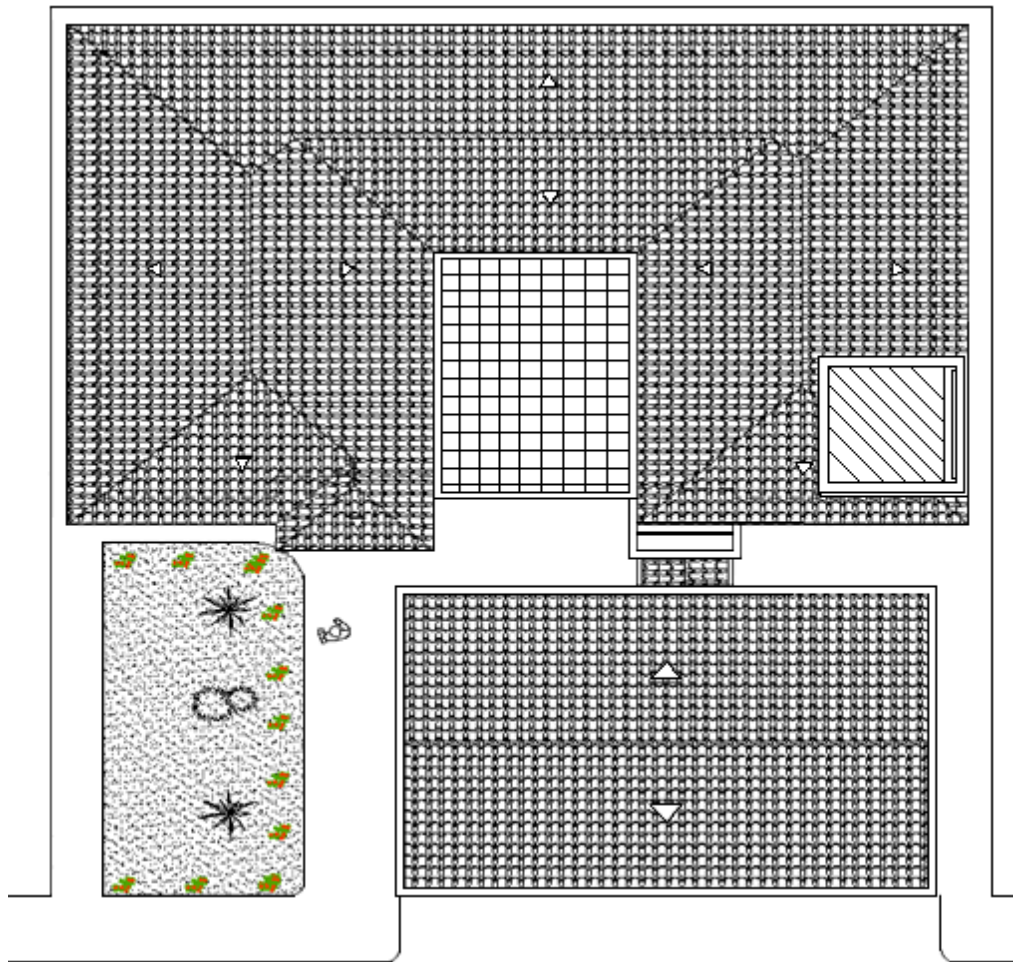
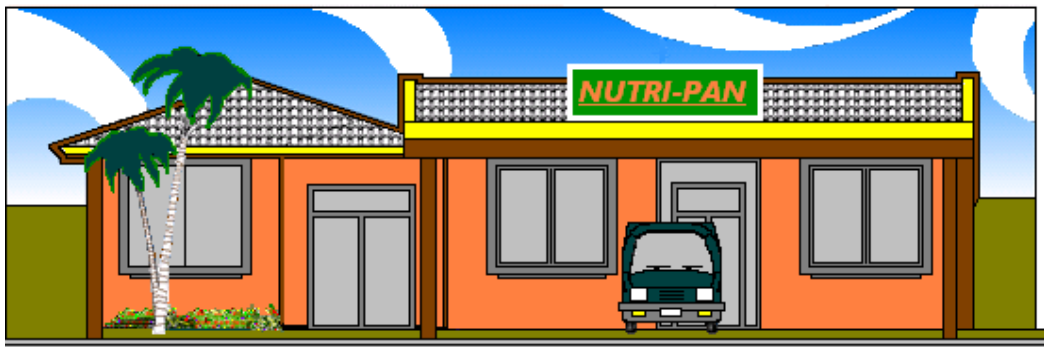


GRÁFICO Nº 10
FACHADA PRINCIPAL



g.2.5.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PAN DE SOYA

Nos referimos a las diversas etapas por las cuales se transforman determinando materias primas e insumos para obtener el producto terminado en este caso el PAN DE SOYA.

El proceso de elaboración está calculado para mil quinientos (1500) panes por cuanto se realizarán dos veces este proceso para el cumplimiento de los 3000 panes diarios y las horas de trabajo del personal.

1. RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA.- En esta etapa se selecciona y se supervisa la materia prima que se encuentre en mejor estado clasificando los ingredientes como: harina de soya, huevos, panela, aceite, levadura, agua y sal.
2. PESAR INGREDIENTES.- Con la utilización de la balanza se procede a pesar la harina de soya, para la primera producción y horneada se requiere producir 1500 panes de soya es por ello que se pesa alrededor de 32,50 Kg de harina de soya, así mismo se procede con la levadura con 0,21 Kg. y por último la sal con un peso de 0,675 Kg.
3. DISOLVER.- Se realiza en la olla la disolución de 15 panelas en 1,5 litro de agua convirtiéndose ésta en miel; al mismo tiempo en otra olla se procede a la disolución y fermentación de la levadura establecida su medida anteriormente en el punto número 2.
4. CERNIR.- Utilizando los tamizadores se cierne la harina de soya separando algunas materias gruesas que impidan una mezcla uniforme en el amasado de los ingredientes.
5. MEZCLA DE INGREDIENTES.- Luego de haber realizado los pasos anteriores se procede a mezclar en la bandeja de la batidora la harina con la miel y la levadura, para después ir agregando poco a poco el resto de los ingrediente como: Aceite (4,5 litros), huevos (100 unidades) y los 13 litro de agua en forma pausada.

6. AMASADO.- Es el momento donde la batidora transforma todos los ingredientes en masa, proceso que dura 20 min; el tiempo está estipulado con las características de la batidora, la misma que tiene una capacidad de amasado de 35 – 40 Kg de harina en un tiempo de 30 min.
7. ENGRASADO.- Con la mantequilla se procede a engrasar las 25 latas del horno para dejar listo a la hora de realizar el boleado.
8. PESADO Y BOLEADO.- Con la balanza en gramos pesamos 31 gr. de masa, para realizar el boleado y ubicar en cada lata 60 bolas de masa.
9. TRASLADO.- Una vez preparadas las latas con las bolas de masa y éstas ubicadas en el coche son trasladadas al horno para el siguiente paso que es el leudado.
10. LEUDADO.- Se introduce el coche cargado con las latas en el horno el mismo que por poseer 2 cámaras: leudado y horneado, tiene la capacidad de realizar ésta operación en un tiempo de 5 min originando un producto de óptima calidad.
11. TRASLADO.- Se saca el coche de la cámara de leudo para introducirlo en la cámara de horneo.
12. HORNEADO.- Una vez en la cámara de horneo se procede a la programación respectiva del horno para la cocción en donde utilizando un tiempo de 60 min se hornearan los 1500 panes de soya que fueron predestinados en un inicio.
13. TRASLADO.- Se procede a sacar el coche del horno para el reposo o enfriamiento.
14. REPOSO.- Se ubica las latas del coche en los gradilleros de madera por un lapso de 30 minutos para su enfriamiento.
15. ENFUNDADO.- Una vez frio el pan se procede a enfundar el producto, para lo cual utilizando guantes de manejo colocamos 8 unidades de pan de soya en cada funda etiquetada.

16.SELLADO.- Luego con la máquina selladora cerramos cada funda, quedando listo nuestro producto para ser distribuido a los diferentes puntos de venta de la ciudad.

El control de calidad estará en cada uno de los procesos de elaboración, garantizando que el pan de soya no salga con imperfecciones en la distribución, para ello el Panadero realizará permanentemente inspecciones durante todo el proceso productivo.

Para la producción de los 3000 panes de soya el personal encargado de esta actividad tendrá 2 procesos de 1500 panes de soya cada una, con un tiempo de 3 horas con 55 minutos cada proceso, en el cual la primera será en la mañana y la segunda en la tarde y 10 minutos para el aseo respectivo de las máquinas, equipos y herramientas, de esta manera se cumplirá las 8 horas laborables.

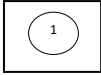




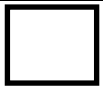



















SÍMBOLO	DEFINICIÓN
	INSPECCIÓN OPERACIÓN
	OPERACIÓN
	DEMORA
	TRANSPORTE
	RELACIÓN

GRÁFICO N° 11

g.2.7 DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCTIVO

N°	PROCESO	INSPECCIÓN OPERACIÓN	OPERACIÓN	DEMORA	TRANSPORTE	TIEMPO	OBSERVACIÓN
							
1	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA					2 min.	
2	PESAR INGREDIENTES					5 min.	
3	DISOLVER					30 min.	Este proceso es compartido.
4	CERNIR						
5	MEZCLA DE INGREDIENTES					5 min.	
6	AMASADO					30 min.	Este proceso es compartido.
7	ENGRASADO						
8	PESADO Y BOLEADO					40 min.	
9	TRASLADO					1 min.	
10	LEUDADO					5 min.	
11	TRASLADO					1 min.	
12	HORNEADO					60 min.	
13	TRASLADO					1 min.	
14	REPOSO					30 min.	
15	ENFUNDADO					15 min.	
16	SELLADO					10 min.	
Tiempo Total del proceso productivo 3 horas 55 minutos.							

g.2.6 REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO PARA EL SECTOR ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA EMPRESA

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

SECTOR ADMINISTRATIVO

- 1 Gerente.
- 1 Secretaria.
- 1 Contadora (temporal).
- 1 Asesor Jurídico (temporal).

SECTOR OPERATIVO

- 1 Panaderos.
- 2 Asistentes.
- 1 Vendedor o Chofer.
- 1 Ayudante.

Cada una de las personas que se requerirán serán seleccionadas buscando los conocimientos, destrezas, habilidades, etc. Que se necesitan para el buen funcionamiento de la empresa.

Cada una de las personas que conforman el sector administrativo y operativo deberá cumplir a cabalidad sus funciones haciendo uso de sus conocimientos y habilidades.

Existirán 1 panadero con sus respectivos ayudantes, los mismos que serán como ayuda para la elaboración del producto, cabe señalar que la función principal del panadero es que las actividades a realizar sean cumplidas a cabalidad obteniendo un mejor funcionamiento y con ello un producto de calidad.

El chofer realizará las actividades de distribución con la ayuda de un asistente los mismos que serán responsables de hacer llegar el producto a los diferentes puntos de venta; así mismo serán los encargados de dar a conocer las cualidades del producto y será además un porta voz tanto de los canales de distribución como del gerente de la empresa **NUTRI-PAN**.

g.2.7 MAQUINARIA Y EQUIPO QUE SE REQUIERE

Tomamos en cuenta el horno y batidora como la maquinaria que se va a utilizar, las mismas que estarán equipadas con todos los implementos necesarios para la producción del pan de soya

**GRAFICO N° 12
BATIDORA**



**GRAFICO N° 13
HORNO GIRATORIO**



Las cotizaciones se las realizó a través del Internet (www.ecuahornos.com) y al mismo tiempo las necesidades en lo que se refiere a equipos y demás herramientas, en sí la asesoría técnica nos fue otorgada por la Tecnóloga Rosa Loján y los Panificadores Señor Moisés Villano y Señora Vicenta Ortega que supieron dar toda la información necesaria que se requirió para el efecto.

CUADRO N° 28

MAQUINARIA, HERRAMIENTAS, MUEBLES, UTENSILLOS E INDUMENTARIA PARA LA PRODUCCIÓN

N°	ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA
	MAQUINARIA	
1	Horno giratorio	° 2 Cámaras: leudado / horneado
		° Capacidad 25 latas (40 Kg/hora)
		° Sistema eléctrico.
1	Batidora	° Capacidad 35 – 40 Kg
		° Sistema eléctrico
1	Selladora	° Eléctrica de 40 cm
HERRAMIENTAS		
1	Sistema de Carga	Coche para 25 latas
1	Balanza	Capacidad de 70 kg
1	Balanza	Medición en gramos (cap. 3 kg)
1	Cocina de gas	Ecogas de 4 quemadores
2	Pala de Quemar / Porta Mangas	aluminio
MUEBLES Y ENCERES PARA PRODUCCIÓN		
1	Armarios de madera	2 m h x 60 cm x 50 cm
1	Mesas de madera	2 m x 1m x 1m h
1	Mesas de madera	1 m x 70 cm x 1m h
1	Gradilleros de madera	80 cm x 80 cm x 1,80 m h
UTENSILIOS PARA LA PRODUCCIÓN		
2	Jarras	Plástico
2	Ollas	N° 30 UMCO
6	Cucharas	Aluminio
2	Tamizadores	Aluminio y tela
2	Rodillos	Madera
2	Cuchillos	Acero inoxidable
INDUMENTARIA PARA PRODUCCIÓN		
3	Guantes de Obrero	Guante fibra de vidrio g118 36oz 18"
2	Guantes de manejo	Guantes de Plástico
3	Mandiles	tela

Fuente: Tngla. Rosa Loján, Sr. Moisés Villano, Sra. Vicenta Ortega

Elaborado: Los Autores

g.2.8 MATERIA PRIMA QUE SE REQUIERE PARA LA PRODUCCIÓN

La materia prima será obtenida mediante un proceso de selección en la que se tomará en cuenta aspectos como: marca, calidad y precio a los diferentes proveedores que puedan cubrir las necesidades que se requieran para la elaboración de nuestro producto.

CUADRO N° 29
MATERIA PRIMA REQUERIDA

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (DIARIA)
Harina de Soya	Kilo	65,00
Panela	Unidad	30,00
Huevos	Unidad	200,00
Levadura	Kilo	0,41
Sal	Kilo	1,35
Agua	Litro	27,00
Aceite	litro	9,00
		3000 PANES DE SOYA

Fuente: Tngla. Rosa Loján, Sr. Moisés Villano, Sra. Vicenta Ortega

Elaborado: Los Autores

g.2.9 SERVICIOS BÁSICOS PARA LA EMPRESA

Dentro de las actividades de la empresa **NUTRI-PAN** será necesario el uso de energía eléctrica, agua y teléfono.

El agua potable se tomó en cuenta un promedio mensual de 35 metros cúbicos, dato recogido de las panaderías que actualmente están funcionando.

La telefonía se la promedio de acuerdo al consumo existente en los hogares realizando un incremento del 50% debido a la utilización del teléfono en las actividades propias de la panificación como: llamadas a proveedores y clientes.

La luz eléctrica se la promedio de acuerdo al consumo existente en las panificadoras locales.

g.3. ESTUDIO FINANCIERO

g.3.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO.- Las inversiones del proyecto para la puesta en marcha se clasifican en tres categorías: activos fijos, diferidos y capital de operación.

g.3.1.1 INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS.

Son todas aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán para la producción de pan de soya.

A continuación detallamos los valores correspondientes a los activos fijos

**CUADRO N° 30
VALOR DE VEHÍCULOS**

ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
VEHÍCULO (FURGONETA) CHEVROLET	° Cilindraje 1206 cc.	1	14000,00	14000,00
	° Motor gasolina.			
	° Capacidad 520 Kg			
TOTAL				14000,00

Fuente: Concesionario MIRASOL

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 31

VALOR DE MAQUINARIA, HERRAMIENTAS, MUEBLES, UTENSILIOS E INDUMENTARIA PARA LA PRODUCCIÓN

ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
MAQUINARIA				
Horno giratorio	° 2 Cámaras: leudado / horneado ° Capacidad 25 latas(40 Kg/hora) ° Sistema eléctrico	1	7000,00	7000,00
Batidora	° Capacidad 35 - 40 Kg ° Sistema eléctrico	1	1000,00	1000,00
Selladora	° Eléctrica de 40 cm	1	30,00	30,00
Subtotal				8030,00
HERRAMIENTAS				
Sistema de Carga	Coche para 25 latas	1	300,00	300,00
Balanza	Capacidad de 70 kg	1	50,00	50,00
Balanza	Medición en gramos (cap. 3 kg)	1	8,00	8,00
Cocina de gas	Ecogas de 4 quemadores	1	100,00	100,00
Pala de Quemar/Porta Mangas	aluminio	2	2,00	4,00
Subtotal				462,00
MUEBLES Y ENCERES PARA PRODUCCIÓN				
Armarios de madera	2 m h x 60 cm x 50 cm	1	200,00	200,00
Mesas de madera	2 m x 1m x 1m h	1	50,00	50,00
Mesas de madera	1 m x 70 cm x 1m h	1	40,00	40,00
Gradilleros de madera	80 cm x 80 cm x 1,80 m h	1	30,00	30,00
Subtotal				320,00
UTENSILIOS PARA LA PRODUCCIÓN				
Jarras	Plástico	2	1,50	3,00
Ollas	N° 30 UMCO	2	25,00	50,00
Cucharas	Aluminio	6	0,50	3,00
Tamizadores	Aluminio y tela	2	2,50	5,00
Rodillos	Madera	2	2,00	4,00
Cuchillos	Acero inoxidable	2	5,00	10,00
Subtotal				75,00
INDUMENTARIA PARA PRODUCCIÓN				
Guantes de obrero	Guante fibra de vid. g118 36oz 18"	3	5,00	15,00
Guantes de manejo	Guantes de plástico	2	0,05	0.10
Mandiles	tela	3	4,00	12,00
Subtotal				27,00
TOTAL				8914,00

Fuente: www.ecuahornos.com, brito.com y Locales Comerciales

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 32
MUEBLES Y ENCERES DE OFICINA**

ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Escritorio de madera	120 cm X 65 cm	2	200,00	400,00
Silla de madera	Estilo oficina	6	40,00	240,00
Botes para basura	Plástico	5	7,00	35,00
Archivador de madera	140 cm h X 50 cm X 50 cm	2	50,00	100,00
Archivador de bandejas	Metálico	2	15,00	30,00
TOTAL				805,00

Fuente: Locales Comerciales

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 33
EQUIPO DE OFICINA**

ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Teléfono	Panasonic 1,8 Mg	1	40,00	40,00
Perforadora	KW-triO 3931	2	3,00	6,00
Engrampadora	KW-triO 21	2	3,00	6,00
Sumadora	Casio 350 9 dig 720	2	40,00	80,00
TOTAL				132,00

Fuente: Graficas Santiago y Centros Comerciales

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 34
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadora	Core duo 2 Gb,	2	600,00	1200,00
Copiadora Impresora	HP Multifunción	1	60,00	60,00
TOTAL				1260,00

Fuente: ELECTROCOMPU

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 35
RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
VEHÍCULO	14.000,00
MAQUINARIA	8.030,00
HERRAMIENTAS	462,00
MUEBLES Y ENCERES PARA PRODUCCIÓN	320,00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	805,00
EQUIPO DE OFICINA	132,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.260,00
IMPREVISTOS 5%	1.250,45
TOTAL	26.259,45

Fuente: Cuadros N° 30, 31, 32, 33 y 34

Elaborado: Los Autores

g.3.1.2 INVERSIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellas de carácter intangible necesario para realizar el estudio de factibilidad; dentro del proyecto son aquellos gastos de constitución de la empresa, estudio preliminar, etc.

Los gastos y rubros que se incurren en el presente proyecto son los siguientes:

**CUADRO N° 36
VALOR TOTAL DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Adecuación	3.000,00
Línea telefónica	120,00
Gastos de Constitución	80,00
Licencias de Ministerio de Salud	40,00
Estudios del Proyecto	200,00
Estudios de Arquitectura	200,00
Patentes Municipales (permisos)	40,00
Imprevistos (5%)	184,00
TOTAL	3864,00

Fuente: Arq. Miguel Díaz, I. Municipio de Loja y Jefatura de Salud

Elaborado: Los Autores

g.3.1.3 CAPITAL DE OPERACIÓN

Estos gastos son los que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa productora de pan de soya como son: los gastos de la materia prima directa e indirecta, pago de personal operativo, administrativo, gastos de venta y gastos de publicidad.

El Capital de Operación del presente proyecto se lo calculó para un mes, por el tipo de producto ya que es distribuido al contado.

**CUADRO N° 37
CAPITAL DE OPERACIÓN PARA UN MES**

ESPECIFICACIÓN	VALOR ANUAL
Costo Primo	
Materia Prima Directa	2109,48
Mano de Obra Directa	1119,37
Subtotal	3228,85
Costos Indirectos de Fabricación	
Materia Prima Indirecta	121,80
Carga Fabril	106,60
Utensilios para la producción	75,00
Indumentaria para producción	27,10
Subtotal	330,50
Costos Administrativos	
Sueldos	1692,82
Suministros de Oficina	84,90
Arriendo	600,00
Materiales de limpieza	45,75
Servicios Básicos (agua, luz eléctrica)	70,00
Teléfono	20,00
Subtotal	2513,47
Costos de Venta	
Gastos de Venta	292,96
Mantenimiento del vehículo	19,90
Subtotal	312,86
Costos de Publicidad	
Gastos de Publicidad	1595,00
Spot Publicitario	200,00
Subtotal	1795,00
TOTAL	8180,67

Fuente: Cuadro N° 31, Anexos Cuadros N° 59, 61, 63, 66, 73, 75, 77, 79, 81, 86, 88, 91, 92, 93.

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 38
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

INVERSIONES	FINANCIAMIENTO INTERNO	FINANCIAMIENTO EXTERNO	TOTAL DE FONDOS
ACTIVOS FIJOS			26.259,45
Vehículo		14.000,00	
Maquinaria	8.030,00		
Herramientas	462,00		
Muebles y Enseres de la P.	320,00		
Muebles y Enseres de Of.	805,00		
Equipos de Oficina	132,00		
Equipos de Computación	1.260,00		
Imprevistos (5%)	1.250,45		
SUBTOTAL	12.259,45	14.000,00	
ACTIVOS DIFERIDOS			
Adecuación	3.000,00		3864,00
Línea Telefónica	120,00		
Gastos de Constitución	80,00		
Licencias de Ministerio de Salud	40,00		
Estudios del Proyecto	200,00		
Estudios de la Ingeniería Civil	200,00		
Patentes Municipales (permisos)	40,00		
Imprevistos (5%)	184,00		
SUBTOTAL	3864,00		
CAPITAL DE OPERACIÓN			8589,71
Costo Primo	3228,85		
Costos Indirectos de Fabricación	330,50		
Costos Administrativos	2513,47		
Costos de Venta	312,86		
Costos de Publicidad	1795,00		
Imprevistos (5%)	409,03		
SUBTOTAL	8589,71		
TOTAL	24.713,16	14.000,00	38.713,16

Fuente: Cuadros N° 35, 36 y 37.

Elaborado: Los Autores

g.3.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Dentro del presente proyecto el financiamiento es de la siguiente manera:

Para las actividades operativas la empresa requiere de un capital de **\$ 38'713.16 dólares**. Cada socio será responsable por el monto de sus aportaciones y obligaciones contraídas por la misma; en este proyecto se contará con **5 socios**; los mismos que aportarán con **\$4.942,63 dólares**, cada uno; lo cual nos da un monto de **\$ 24.713,16 dólares (63,84 %)**; y la diferencia el **36,16 % (\$ 14.000,00 dólares)**; se financiará con un préstamo, el mismo que se lo realizará con el Banco Nacional de Fomento dentro de las líneas de Microcréditos de Producción que se encuentra en la actualidad desarrollándose con un interés del 11% anual.

**CUADRO N° 39
FINANCIAMIENTO**

FUENTE	VALOR	%
FUENTE INTERNA	24713,16	63,84
FUENTE EXTERNA	14000,00	36,16
TOTAL	38713,16	100,00

Fuente: Cuadro N° 38

Elaborado: Los Autores

g.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

La determinación de los costos constituye uno de los aspectos básicos y fundamentales de todo proyecto, tanto por la importancia de ellos y la determinación de la rentabilidad del proyecto, valorización, desembolsos, escalamiento de precios, dentro de la vida útil del proyecto.

g.3.3.1 PRESUPUESTOS.

Es la estimación entre costos y gastos en que incurre una empresa para obtener un producto terminado.

Los presupuestos están detallados para los cinco años, en los cuales se determinaron los siguientes aspectos:

g.3.3.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTO PRIMO:

- Materia Prima.
- Mano de Obra Directa.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN:

- Materia Prima Indirecta.
- Depreciación de Activos Fijos.
- Carga Fabril.
- Arriendo.

g.3.3.3 COSTOS DE OPERACIÓN

- Gastos de Administración.
- Gastos de Venta.
- Gastos de Publicidad.
- Gastos Financieros.

CUADRO N° 40
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	25313,78	26004,84	26714,78	27444,09	28193,31
Mano de Obra Directa	13432,40	14715,19	16120,50	17660,00	19346,53
Subtotal	38746,18	40720,04	42835,27	45104,09	47539,85
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	1461,60	1501,50	1542,49	1584,60	1627,86
Carga Fabril	1279,20	1314,12	1350,00	1386,85	1424,71
Utensilios para la Producción.	75,00	77,05	79,15	81,31	83,53
Indumentaria para la Producción.	121,40	124,71	128,12	131,62	135,21
Depreciación de Maquinaria	722,70	722,70	722,70	722,70	722,70
Depreciación de Herramientas de P.	41,58	41,58	41,58	41,58	41,58
Depreciación de Muebles y Enseres de P.	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80
Subtotal	3730,28	3810,47	3892,84	3977,46	4064,40
COSTOS DE OPERACIÓN					
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	20313,80	22253,77	24379,00	26707,20	29257,73
Suministros	204,05	209,62	215,34	221,22	227,26
Arriendo	7200,00	7200,00	7200,00	7200,00	7200,00
Materiales de limpieza	222,75	209,57	215,29	221,17	227,21
Servicios Básicos (agua, luz eléctrica)	840,00	862,93	886,49	910,69	935,55
Teléfono	240,00	246,55	253,28	260,20	267,30
Amortización del activo diferido	772,80	772,80	772,80	772,80	772,80
Depreciación de Muebles y Enseres de Of.	72,45	72,45	72,45	72,45	72,45
Depreciación de Equipos de Oficina	11,88	11,88	11,88	11,88	11,88
Depreciación de Equipo de Computación	280,01	280,01	280,01	303,58	303,58
Subtotal	30157,74	32119,59	34286,55	36681,19	39275,76
COSTOS DE VENTA					
Gastos de Venta	3515,52	3611,49	3710,09	3811,37	3915,42
Mantenimiento del vehículo	238,80	245,32	252,02	258,90	265,96
Depreciación de Vehículos	2240,00	2240,00	2240,00	2240,00	2240,00
Subtotal	5994,32	6096,81	6202,10	6310,27	6421,39
COSTO DE PUBLICIDAD					
Gastos de Publicidad	4875,00	225,00	231,14	237,45	243,94
Spot Publicitario	200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	5075,00	225,00	231,14	237,45	243,94
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses del Préstamo	1398,83	1090,83	782,83	474,83	166,83
Subtotal	1398,83	1090,83	782,83	474,83	166,83
TOTAL	85102,36	84062,74	88230,74	92785,30	97712,16

Fuente: Anexos Cuadro N° 60, 63, 65, 67 al 72, 74, 76, 78, 80, 82 al 85, 87, 89, 90, 93 al 96.

Elaborado: Los Autores.

g.3.3.4 COSTO UNITARIO

Se calcula sumando los diversos costos de producción y esta suma se divide para las unidades a producir.

CUADRO N° 41
COSTO UNITARIO DEL PAN DE SOYA

AÑOS	Presupuestos Totales de operación	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO PRODUCTO
1	85102,36	762000	0,1117
2	84062,74	762000	0,1103
3	88230,74	762000	0,1158
4	92785,30	762000	0,1218
5	97712,16	762000	0,1282

Fuente: Cuadro N° 40, Estudio Técnico Cuadro N° 27 (Capacidad utilizada)

Elaborado: Los Autores

g.3.3.5 ESTABLECIMIENTO DE LOS PRECIOS

Ya obtenido los costos unitarios de producción, se procede a determinar el precio de venta al distribuidor del pan de soya, para lo cual se ha considerado el costo de producción más el margen de utilidad que lo establecimos en un 35 %.

En el cuadro N° 42 se expresan las cantidades para cada año. Es importante aclarar que la venta al público se la realizara en fundas de 8 unidades con un precio en el primer año de \$1,50 por cada funda de pan de soya, quedándoles a nuestros distribuidores un margen de utilidad del 24,34%.

CUADRO N° 42
PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR DEL PAN DE SOYA

AÑOS	COSTO PRODUCTO	UTILIDAD 35,00%	PRECIO PRODUCTO
1	0,1117	0,0391	0,1508
2	0,1103	0,0386	0,1489
3	0,1158	0,0405	0,1563
4	0,1218	0,0426	0,1644
5	0,1282	0,0449	0,1731

Fuente: Cuadro N° 41

Elaborado: Los Autores

g.3.3.6 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los Costos fijos y variables, se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas, capacidad instalada y las unidades producidas.

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

COSTOS VARIABLES.- Son gastos que se realizan y están en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción.

Seguidamente se detalla en el cuadro N°43 los costos fijos y variables para los 5 años de vida útil del proyecto así tenemos que los costos de producción como: Costo Primo y Costos Indirectos de Fabricación a excepto las depreciaciones, son variables por cuanto están directamente relacionadas con la producción. Así mismo los costos de operación: Los gastos de venta y mantenimiento del vehículo igualmente son variables ya que al aumentar la producción aumentaría nuestros suministros de venta como también el recorrido del vehículo por cuanto se tendrá que llegar a más puntos de venta.

En los Costos Fijos detallamos dentro de los costos de Producción a las depreciaciones y dentro de los costos de operación a los costos administrativos, de publicidad y financieros por que estos costos no varían al aumentar o disminuir la producción.

CUADRO N° 43
COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa		25313,78		26004,84		26714,78		27444,09		28193,31
Mano de Obra Directa		13432,40		14715,19		16120,50		17660,00		19346,53
Subtotal	0,00	38746,18	0,00	40720,04	0,00	42835,27	0,00	45104,09	0,00	47539,85
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN										
Materia Prima Indirecta		1461,60		1501,50		1542,49		1584,60		1627,86
Carga Fabril		1279,20		1314,12		1350,00		1386,85		1424,71
Utensilios para la Producción.		75,00		77,05		79,15		81,31		83,53
Indumentaria para la Producción.		121,40		124,71		128,12		131,62		135,21
Depreciación de Maquinaria	722,70		722,70		722,70		722,70		722,70	
Depreciación de Herramientas de P.	41,58		41,58		41,58		41,58		41,58	
Depreciación de Muebles y Enseres de P.	28,80		28,80		28,80		28,80		28,80	
Subtotal	793,08	2937,20	793,08	3017,39	793,08	3099,76	793,08	3184,38	793,08	3271,32
COSTOS DE OPERACIÓN										
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos	20313,80		22253,77		24379,00		26707,20		29257,73	
Suministros	204,05		209,62		215,34		221,22		227,26	
Arriendo	7200,00		7200,00		7200,00		7200,00		7200,00	
Materiales de limpieza	222,75		209,57		215,29		221,17		227,21	
Servicios Básicos (agua, luz eléctrica)	840,00		862,93		886,49		910,69		935,55	
Teléfono	240,00		246,55		253,28		260,20		267,30	
Amortización del activo diferido	772,80		772,80		772,80		772,80		772,80	
Depreciación de Muebles y Enseres de Of.	72,45		72,45		72,45		72,45		72,45	
Depreciación de Equipos de Oficina	11,88		11,88		11,88		11,88		11,88	
Depreciación de Equipo de Computación	280,01		280,01		280,01		303,58		303,58	
Subtotal	30157,74	0,00	32119,59	0,00	34286,55	0,00	36681,19	0,00	39275,76	0,00
COSTOS DE VENTA										
Gastos de Venta		3515,52		3611,49		3710,09		3811,37		3915,42
Mantenimiento del vehículo		238,80		245,32		252,02		258,90		265,96
Depreciación de vehículo	2240,00		2240,00		2240,00		2240,00		2240,00	
Subtotal	2240,00	3754,32	2240,00	3856,81	2240,00	3962,10	2240,00	4070,27	2240,00	4181,39
COSTO DE PUBLICIDAD										
Gastos de Publicidad	4875,00		225,00		231,14		237,45		243,94	
Spot Publicitario	200,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
Subtotal	5075,00	0,00	225,00	0,00	231,14	0,00	237,45	0,00	243,94	0,00
COSTOS FINANCIEROS										
Intereses del Préstamo	1398,83		1090,83		782,83		474,83		166,83	
Subtotal	1398,83	0,00	1090,83	0,00	782,83	0,00	474,83	0,00	166,83	0,00
Totales de Costos Fijos y Variables	39664,66	45437,70	36468,50	47594,24	38333,61	49897,14	40426,55	52358,75	42719,61	54992,55
TOTAL		85102,36		84062,74		88230,74		92785,30		97712,16

Fuente: Cuadro N° 40

Elaborado: Los Autores.

g.3.3.7 ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS POR VENTAS.

Los Ingresos es el resultado de las ventas del producto, para lo cual hemos determinado atender alrededor de un 3% de la demanda existente (ver cuadro N° 27 del Est. Técnico). Las unidades producidas lo multiplicamos por el precio que se lo ha determinado.

**CUADRO N° 44
ESTRUCTURA DE INGRESOS**

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	UTILIDAD 35,00%	Precio del Producto al Distribuidor	INGRESOS POR EL PRODUCTO
1	762000	0,0391	0,1508	114888,18
2	762000	0,0386	0,1489	113484,69
3	762000	0,0405	0,1563	119111,51
4	762000	0,0426	0,1644	125260,15
5	762000	0,0449	0,1731	131911,42

Fuente: Cuadro N° 41 y N° 42

Elaborado: Los Autores

g.3.3.8 ESTADO DE PÉRDIDAS O GANACIAS.

Para establecer el estado de pérdidas o ganancias se debe considerar el ingreso total anual por concepto de ventas del que se deduce los costos de producción, operación, 15% de reparto de utilidades a los trabajadores y la deducción del 25% al pago de impuesto a la renta.

A continuación se detalla la utilidad para los 5 años:

**CUADRO N° 45
ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIAS**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	114888,18	113484,69	119111,51	125260,15	131911,42
(-) Costos-Producción	42476,46	44530,50	46728,11	49081,56	51604,24
(=) Utilidad bruta de ventas	72411,72	68954,19	72383,39	76178,59	80307,18
(-) Costos-Operación	30157,74	32119,59	34286,55	36681,19	39275,76
(=) Utilidad en operación	42253,98	36834,60	38096,84	39497,41	41031,41
(-) Gastos de Administración	5994,32	6096,81	6202,10	6310,27	6421,39
(-) Gastos Financieros	1398,83	1090,83	782,83	474,83	166,83
(=) Utilidad- ant. de distr. de imp.	34860,82	29646,96	31111,90	32712,31	34443,19
(-) 15% Reparto de Utilidades	5229,12	4447,04	4666,79	4906,85	5166,48
(=) Utilidad antes del impuesto	29631,70	25199,91	26445,12	27805,46	29276,71
(-) 25 % Impuesto - Renta	7407,93	6299,98	6611,28	6951,37	7319,18
(=) Utilidad líquida	22223,78	18899,94	19833,84	20854,10	21957,54

Fuente: Cuadro N° 40, 44

Elaborado: Los Autores

g.3.3.9 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

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

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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos Fijos y Variables (Cuadros N° 41, 42, 43, y 44), para los años 1 y 5 de vida útil del proyecto.

Existen dos métodos para el cálculo del punto de equilibrio, los mismos que son: Método Matemático y Método Gráfico.

MÉTODO MATEMÁTICO.- En este método se plantea tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de la producción.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

Datos	Valor
CF	39664,66
CV	45437,70
UP	762000
MU	35,00%
CT	85102,36
CU	0,1117
MU	0,3500
PVP	0,1508
IT	114888,18

PE EN FUNCIÓN A LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Venta Total} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{39664,66}{114888,18 - 45437,70} \times 100$$

$$PE = \frac{39664,66}{69450,48} \times 100$$

$$PE = 0.5711 \times 100$$

$$PE = 57,11 \% \cong 57 \%$$

EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$CVu = \frac{CV}{UP}$$

$$CVu = \frac{45437,70}{762000}$$

$$CVu = 0.05963 \text{ DÓLARES}$$

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

$$PE = \frac{39664,66}{0,1508 - 0,05963}$$

$$PE = \frac{39664,66}{0,09117}$$

$$PE = 435.062,63$$

$$PE \cong 435.063 \text{ unidades de Pan}$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Venta Total}}}$$

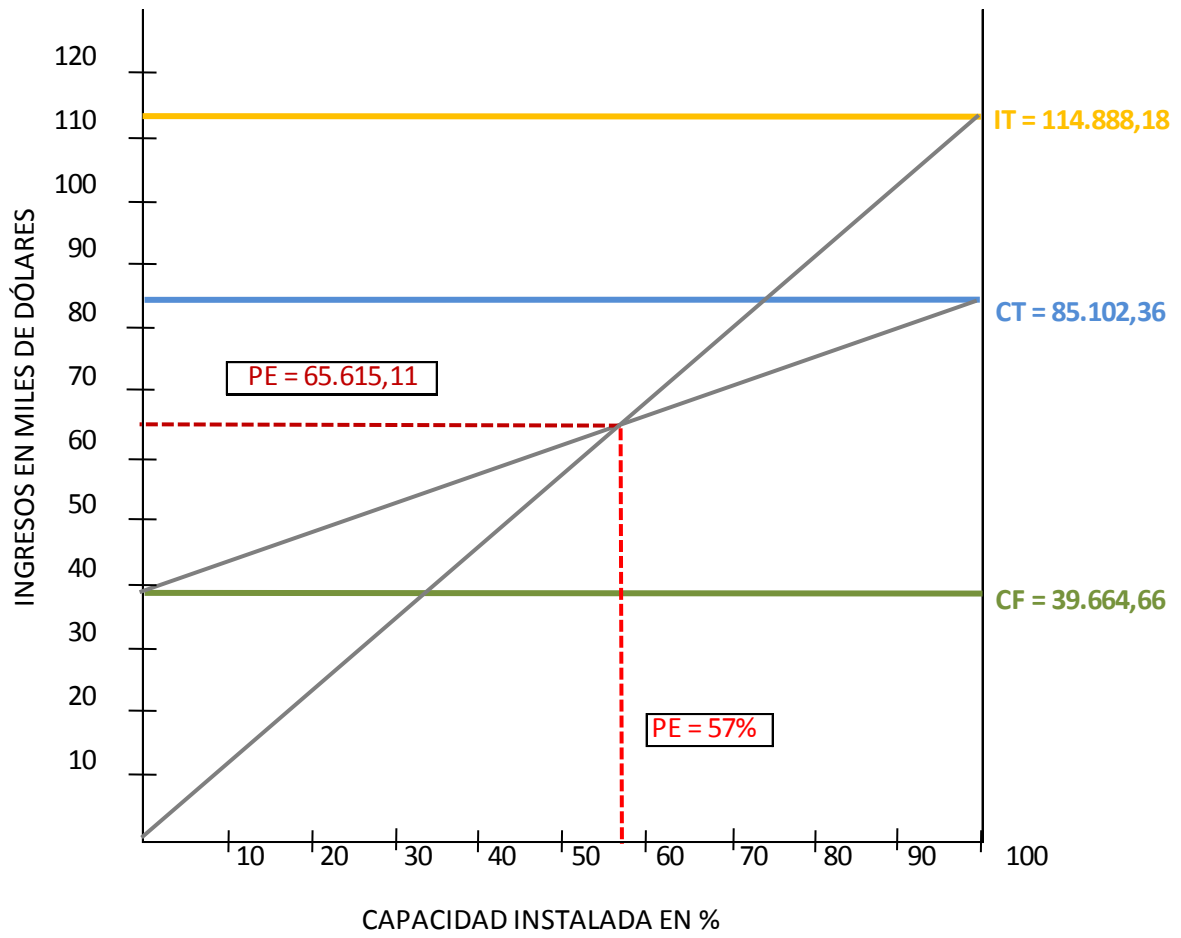
$$PE = \frac{39664,66}{1 - \frac{45437,70}{114888,18}}$$

$$PE = \frac{39664,66}{0,604505}$$

$$PE = \$ 65.615,11 \text{ dólares}$$

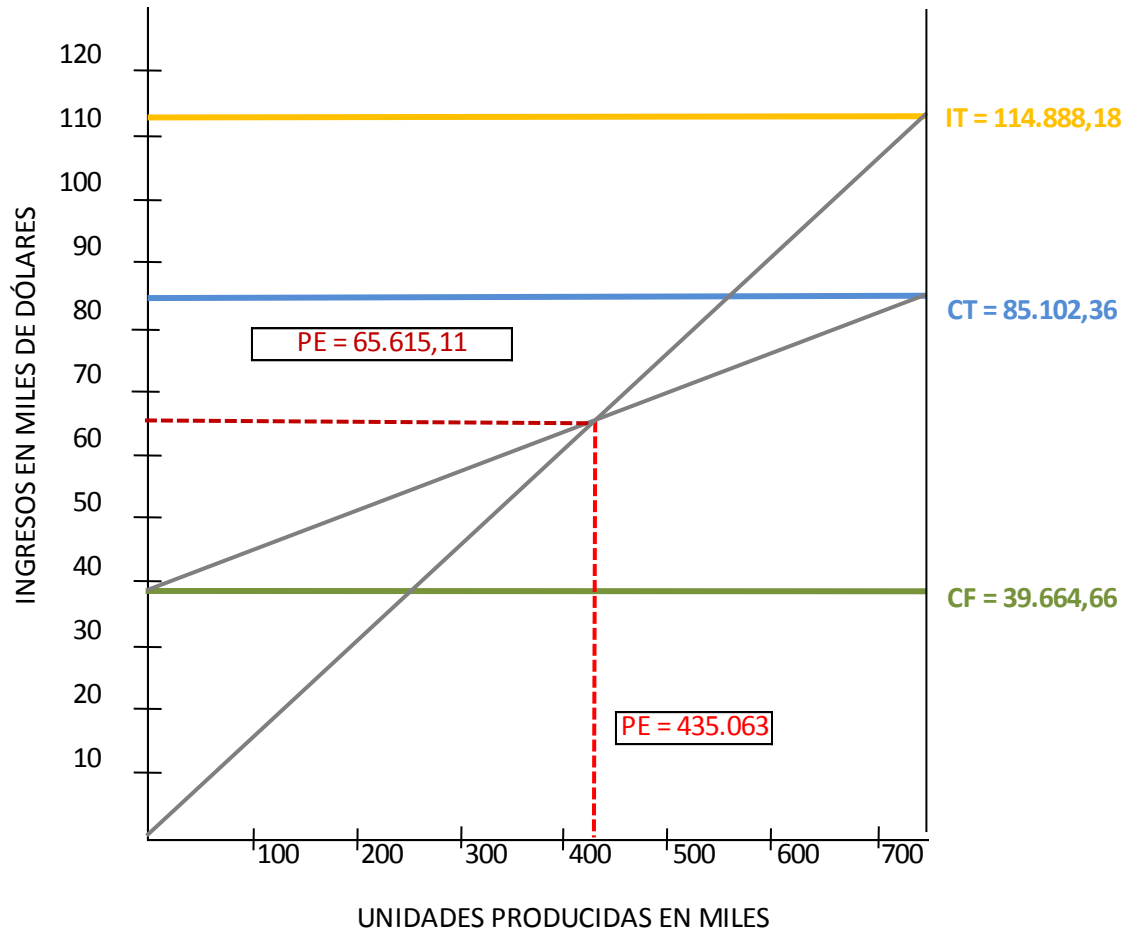
MÉTODO GRÁFICO N° 14

PE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS



MÉTODO GRÁFICO N°15

PE EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS E INGRESOS.



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

Datos	Valor
CF	42719,61
CV	54992,55
UP	762000
MU	35,00%
CT	97712,16
CU	0,1282
MU	0,3500
PVP	0,1731
IT	131911,42

PE EN FUNCIÓN A LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Venta Total} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{42719,61}{131911,42 - 54992,55} \times 100$$

$$PE = \frac{42719,61}{76918,87} \times 100$$

$$PE = 0,5554 \times 100$$

$$PE = 55,54 \%$$

EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$CVu = \frac{CV}{UP}$$

$$CVu = \frac{54992,55}{762000}$$

$$CVu = 0,07216 \text{ DÓLARES}$$

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

$$PE = \frac{42719,61}{0,1731 - 0,07216}$$

$$PE = \frac{42719,61}{0,10094}$$

$$PE = 423.217,85$$

$$PE \cong 423.218 \text{ unidades de Pan}$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Venta Total}}}$$

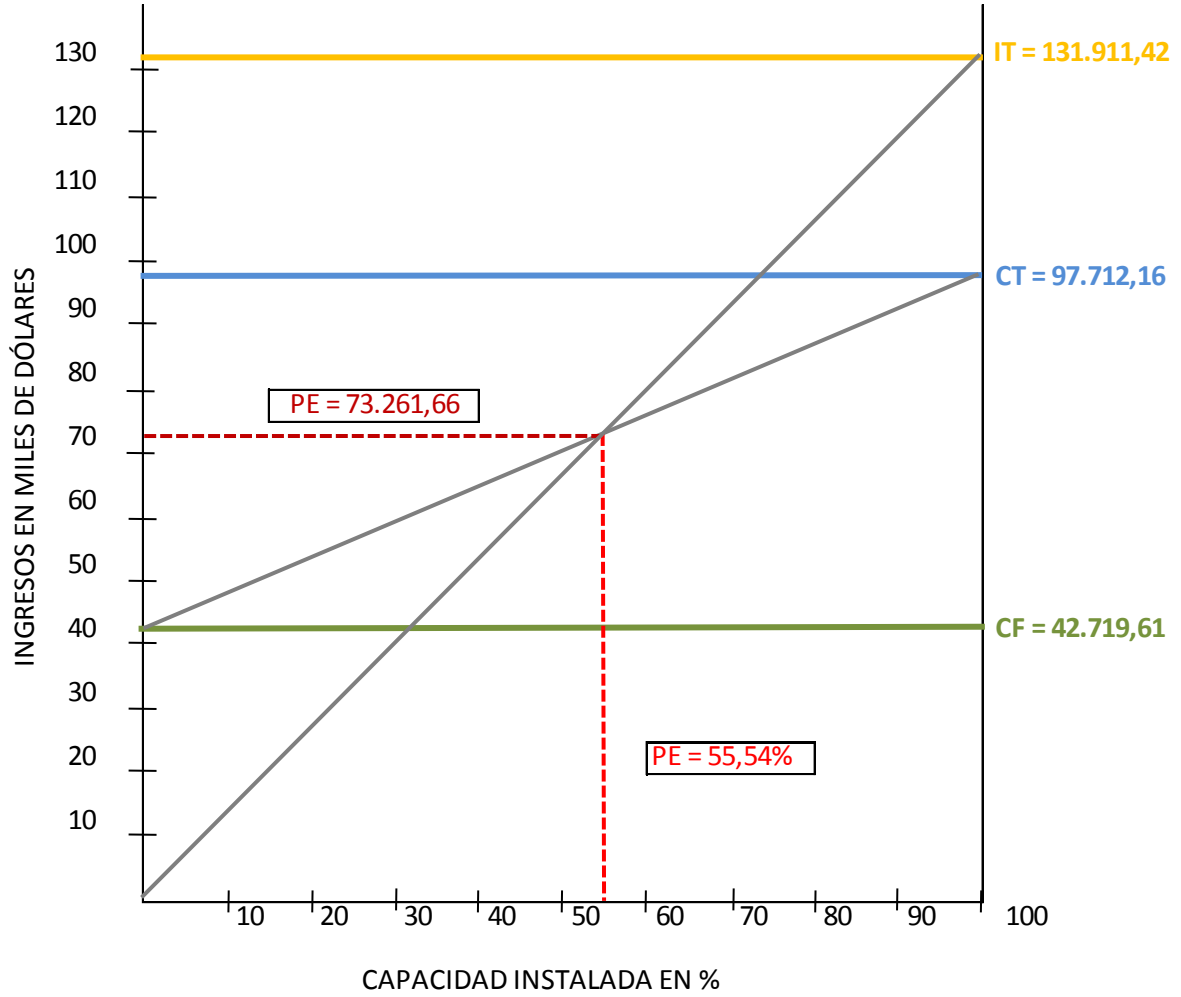
$$PE = \frac{42719,61}{1 - \frac{54992,55}{131911,42}}$$

$$PE = \frac{42719,61}{0,5831100}$$

$$PE = \$ 73.261,66$$

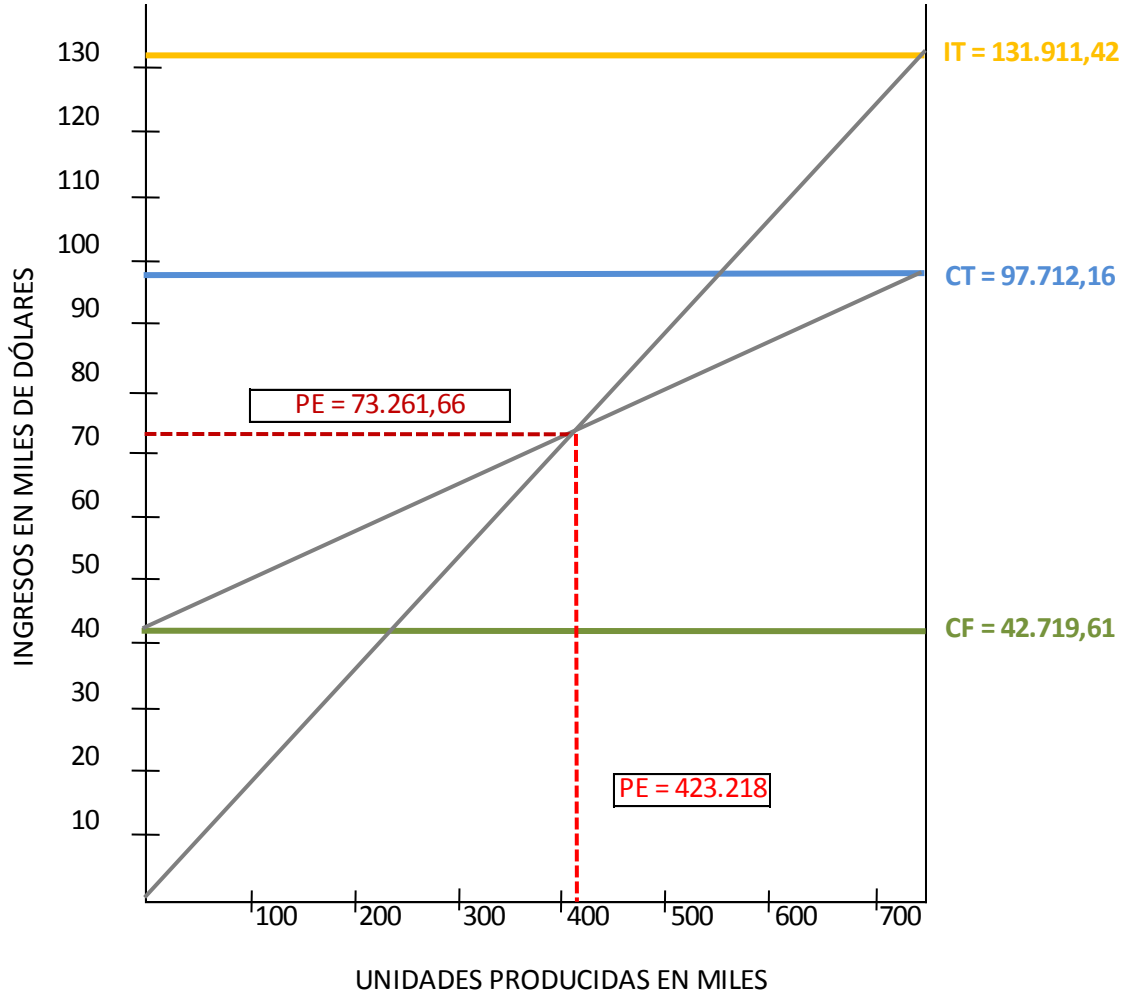
MÉTODO GRÁFICO N°16

PE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS



MÉTODO GRÁFICO N°17

PE EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS E INGRESOS.



g.3.4 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.

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

g.3.4.1 FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez, el ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

A continuación detallamos el Flujo de Caja para los 5 Años del Proyecto.

CUADRO N° 46
FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		114888,18	113484,69	119111,51	125260,15	131911,42
Crédito	14000,00					
Capital propio	24713,16					
Valor de Rescate					419,96	10351,03
Total Ingresos	38713,16	114888,18	113484,69	119111,51	125680,11	142262,45
EGRESOS						
Activo Fijo	26259,45					
Activo Diferido	3864,00					
Activo Circulante	8589,71					
Costo de Producción						
Costo Primo		38746,18	40720,04	42835,27	45104,09	47539,85
Costos Indirectos de Fabric.		3730,28	3810,47	3892,84	3977,46	4064,40
Costo de Operación						
Costos Administrativos		30157,74	32119,59	34286,55	36681,19	39275,76
Costos de Venta		5994,32	6096,81	6202,10	6310,27	6421,39
Costos de Publicidad		5075,00	225,00	231,14	237,45	243,94
Costos Financieros						
Interés		1398,83	1090,83	782,83	474,83	166,83
Amortización del Capital		2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00
Reposición del Activo Fijo					1366,04	
Utilidad para el Trabajador			5229,12	4447,04	4666,79	4906,85
Impuesto a la Renta			7407,93	6299,98	6611,28	6951,37
Total de Egresos Neto	38713,16	87902,36	99499,78	101777,77	108229,40	112370,38
FLUJO DE CAJA I - E	0,00	26985,82	13984,91	17333,74	17450,71	29892,08
Depreciación		3397,42	3397,42	3397,42	3420,99	3420,99
Amortización de Diferidos		772,80	772,80	772,80	772,80	772,80
Flujo de caja	0,00	31156,05	18155,13	21503,96	21644,50	34085,86

Fuente: Cuadro N° 41 y 42

Elaborado: Los Autores

g.3.4.2 VALOR ACTUAL NETO.

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

valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

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

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

CRITERIOS DEL VAN.

- Si el VAN es positivo, el proyecto es factible.
- Si el VAN es igual a cero, la ejecución del proyecto queda a criterio del inversionista.
- Si el VAN es negativo, el proyecto no es factible.

CUADRO N° 47

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUAL 11,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	38713,16		
1	31156,05	0,90090090	28068,51
2	18155,13	0,81162243	14735,11
3	21503,96	0,73119138	15723,51
4	21644,50	0,65873097	14257,90
5	34085,86	0,59345133	20228,30
		TOTAL	93013,34

Fuente: Cuadro N° 46

Elaborado: Los Autores

VAN = Sumatoria Flujo Neto – Inversión

VAN = 93.013,34 – 38.713,16

VAN = 54.300,18

Esta cantidad nos da a ver que el proyecto es factible por cuanto se recupera los desembolsos que en un inicio se realizaron para la puesta en marcha de todo el proyecto.

g.3.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO.

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

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

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

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

CRITERIOS DEL TIR.

- Si la TIR es mayor que el costo de 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.

Para el presente proyecto la TIR es de 59,31% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

**CUADRO N° 48
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		59,00%		60,00%	
0	38713,16				
1	31156,05	0,6289308	19594,99897	0,6250000	19472,53023
2	18155,13	0,3955540	7181,33488	0,3906250	7091,848714
3	21503,96	0,2487761	5349,671602	0,2441406	5249,990868
4	21644,50	0,1564629	3386,562062	0,1525879	3302,688434
5	34085,86	0,0984044	3354,197973	0,0953674	3250,681357
			38866,76549		38367,7396
			153,61		-345,42

Fuente: Cuadro N° 47

Elaborado: Los Autores

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

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{153,61}{153,61 - (-345,42)} \right)$$

$$TIR = 59 + 1 \left(\frac{153,61}{153,61 + 345,42} \right)$$

$$TIR = 59 + 1 \left(\frac{153,61}{499,03} \right)$$

$$TIR = 59 + 1(0,30781716)$$

TIR = 59,31 %

El proyecto se puede desarrollarse por cuanto soporta una tasa de interés del 59,31%, comparándose con las tasas de interés bancarias del cual se va a obtener el crédito que es del 11%, tenemos que existe una gran diferencia.

g.3.4.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITALES.

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

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

CUADRO N° 49
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	
		FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	38713,16		
1		31156,05	31156,05
2		18155,13	49311,18
3		21503,96	70815,14
4		21644,50	92459,64
5		34085,86	126545,51
TOTAL		126545,51	

Fuente: Cuadro N° 46

Elaborado: Los Autores

$$PRC = \text{Año que Supera la Inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \text{Sumatoria de los Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que Supera la Inversión}} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{38.713,16 - 49.311,18}{18155,13} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{- 10.5983,02}{18.155,13} \right)$$

$$PRC = 2 + (- 0,583748)$$

$$PRC = 1,42$$

$$PRC = 1 \text{ Años}$$

$$PRC = 0,42 \times 12 \text{ Meses} = 5,04$$

$$PRC = 5 \text{ Meses}$$

$$PRC = 0,04 \times 30 \text{ días} = 1,2 \text{ días}$$

La inversión se la recupera en 1 años, 5 meses y 1 día.

g.3.4.5 RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

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

- $B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.
- $B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.
- $B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto la relación benéfico-costos es mayor que uno (1,21); indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá 0,21 centavos de utilidad.

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

CUADRO N° 50
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACT. 11,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT. 11,00%	INGRESO ACTUALIZADO
1	87902,36	0,90090090	79191,31111	114888,18	0,90090090	103502,8646
2	99499,78	0,81162243	80756,25734	113484,69	0,81162243	92106,72297
3	101777,77	0,73119138	74419,02602	119111,51	0,73119138	87093,30629
4	108229,40	0,65873097	71294,05689	125680,11	0,65873097	82789,38009
5	112370,38	0,59345133	66686,34873	142262,45	0,59345133	84425,8407
			372347,0001			449918,1146

Fuente: Cuadro N° 46

Elaborado: Los Autores

$$R. B. C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$R. B. C = \frac{449918,1146}{372347,0001}$$

$$R. B. C = 1,21$$

g.3.4.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El Análisis de sensibilidad es fundamental dentro del proyecto, ya que enfoca e interpreta la incertidumbre de poner en marcha un proyecto; puesto que son desconocidos los factores externos que la empresa no puede controlar.

Las variaciones con mayor incertidumbre son los costos e ingresos por ello se ha considerado un incremento en los costos del **2,90 %** y una disminución en los ingresos del **2,39 %**.

CRITERIOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

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

Para el presente proyecto, determinamos el porcentaje máximo al que puede incrementarse los costos, para que el proyecto no sea sensible; de igual manera determinamos el porcentaje mínimo al que puede disminuir los ingresos para que el proyecto no sea sensible, considerando las tasas antes mencionadas para ambos casos.

FÓRMULAS:

- ***Dife TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR***
- ***% deVariación = $\frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del Proyecto}} \times 100$***
- ***Sensibilidad = $\frac{\% \text{ deVariación}}{\text{Nueva TIR}}$***

CUADRO N° 51
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 2,90 % EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 2,90%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 37,0%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 38,00%	VALOR ACTUAL
			38713,16					
1	87902,36	90451,52	114888,18	24436,66	0,729927007	17836,97523	0,724637681	17707,72178
2	99499,78	102385,28	113484,69	11099,41	0,532793436	5913,695431	0,525099769	5828,300228
3	101777,77	104729,32	119111,51	14382,18	0,388900318	5593,235683	0,380507079	5472,522577
4	108229,40	111368,05	125680,11	14312,06	0,283868845	4062,747226	0,275729767	3946,260273
5	112370,38	115629,12	142262,45	26633,33	0,207203537	5518,521152	0,199804179	5321,451585
						38925,17472		38276,25645
						212,02		-436,90

Fuente: Cuadro N° 46

Elaborado: Los Autores

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

$$Nueva TIR = 37 + 1 \left(\frac{212,02}{212,02 + 436,90} \right)$$

TIR del Proyecto = 59,31 %

$$Nueva TIR = 37,33 \%$$

1) Diferencia de TIR

$$Dife TIR = TIR del Proyecto - Nueva TIR$$

$$Dife TIR = 59,31 - 37,33$$

$$Dife TIR = 21,98 \%$$

2) Porcentaje de Variación

$$\% deVariación = \frac{Diferencia de TIR}{TIR del Proyecto} \times 100$$

$$\% deVariación = \frac{21,98}{59,31} \times 100$$

$$\% deVariación = 37,06 \%$$

3) Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{\% deVariación}{Nueva TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{37,06}{37,33}$$

$$Sensibilidad = 0,99$$

CUADRO N° 52
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 2,39% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 2,39%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 37,0%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 38,00%	VALOR ACTUAL
			38713,16					
1	87902,36	114888,18	112142,35	24240,00	0,729927007	17693,42837	0,724637681	17565,21512
2	99499,78	113484,69	110772,41	11272,62	0,532793436	6005,98036	0,525099769	5919,25254
3	101777,77	119111,51	116264,74	14486,97	0,388900318	5633,988648	0,380507079	5512,396012
4	108229,40	125680,11	122676,35	14446,96	0,283868845	4101,040555	0,275729767	3983,455656
5	112370,38	142262,45	138862,38	26492,00	0,207203537	5489,236726	0,199804179	5293,212923
						38923,67466		38273,53226
						210,52		-439,63

Fuente: Cuadro N° 46

Elaborado: Los Autores

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

$$Nueva TIR = 37 + 1 \left(\frac{210,52}{210,52 + 439,63} \right)$$

$$Nueva TIR = 37,32 \%$$

$$TIR del Proyecto = 59,31 \%$$

1) Diferencia de TIR

$$Dife TIR = TIR del Proyecto - Nueva TIR$$

$$Dife TIR = 59,31 - 37,32$$

$$Dife TIR = 21,98 \%$$

2) Porcentaje de Variación

$$\% deVariación = \frac{Diferencia de TIR}{TIR del Proyecto} \times 100$$

$$\% deVariación = \frac{21,98}{59,31} \times 100$$

$$\% deVariación = 37,07 \%$$

3) Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{\% deVariación}{Nueva TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{37,07}{37,32}$$

$$Sensibilidad = 0,99$$

g.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

g.4.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

La empresa se registrará y amparará sobre la siguiente base legal, la Constitución de la República, Ley de Compañías, Código de Trabajo, Código Tributario, Reglamentos y otras leyes.

La empresa se constituirá como responsabilidad limitada, con un total de 5 socios que responderán por sus obligaciones sociales hasta un monto de sus aportaciones individuales.

La compañía al suscribir el capital, entregará a cada socio un certificado de aportaciones en el que conste su carácter de no negociable y el número de las participaciones que de acuerdo a su aportación le corresponda.

Esta compañía se disolverá por las causas establecidas en la Ley de Compañías y por las que se determinen expresamente en el contrato social.

En la minuta de constitución de la empresa deberá constar:

Razón Social: La razón social de la empresa será **“NUTRI-PAN CIA. LTDA.”**

Objeto Social.- La empresa se dedicará a la producción y comercialización de pan de soya

Marca.- El Producto será comercializado con el nombre de **“NATURAL”**

Plazo de Duración.- La empresa tendrá una duración de 5 años que será desde su fecha de inscripción en el Registro Mercantil.

Domicilio.- La empresa estará domiciliada en la Ciudad de Loja en la Parroquia Sucre del Cantón y Provincia de Loja.

Capital Social.- El Capital Social de la Compañía, será de **\$ 38.713,16 dólares**, que será aportado por los **5 Socios**, con un capital individual de **\$ 4.942,63 dólares**.

g.4.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS

Lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO.- En nuestra empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización: normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo la autoridad para garantizar un buen rendimiento en la empresa.

NIVEL ASESOR.- Lo conforma el Asesor Jurídico, quien de forma temporal y de acuerdo a las necesidades jurídicas de la empresa es el encargado de representar en cuestiones legales. También lo conforma el Contador(a) quien es la persona encargada de llevar la contabilidad de la empresa.

NIVEL AUXILIAR.- Lo integra la Secretaria este nivel también ayuda a los otros niveles administrativos para la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Es un nivel de apoyo a las labores de ejecutivo, asesor y operacional.

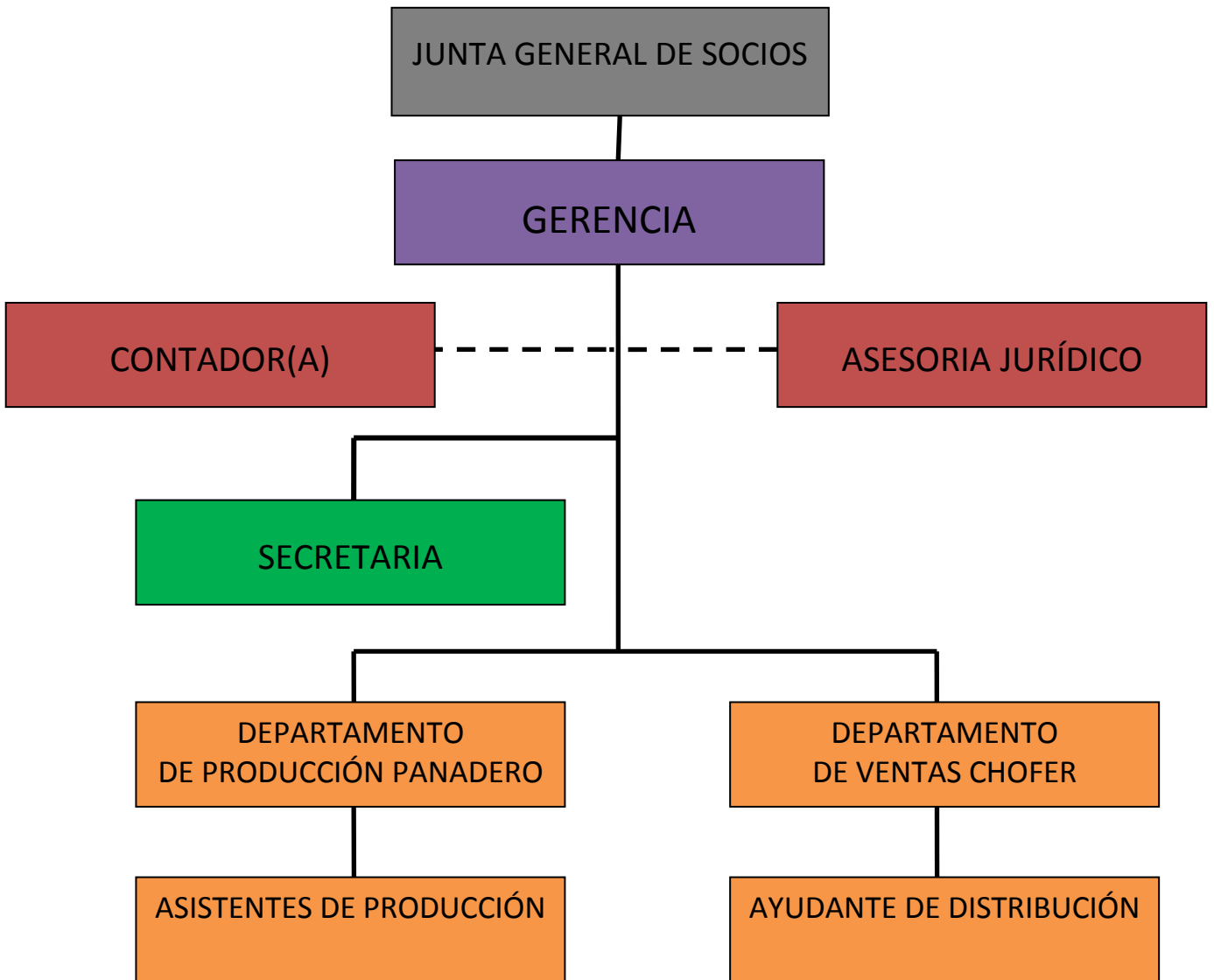
Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes del nivel ejecutivo y operacional y ejecutar actividades administrativas de rutina.

NIVEL OPERATIVO.- Está conformado por, los jefes departamentales de producción, ventas y sus respectivos dependientes.

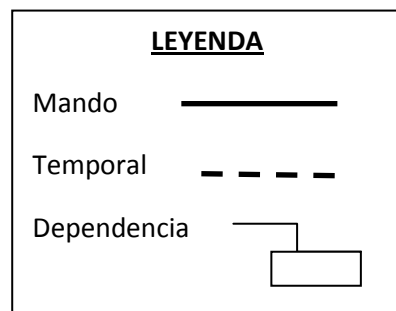
Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa como la elaboración del Pan de Soya. Es también el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directivo.

GRÁFICO Nº 18

g.4.2.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

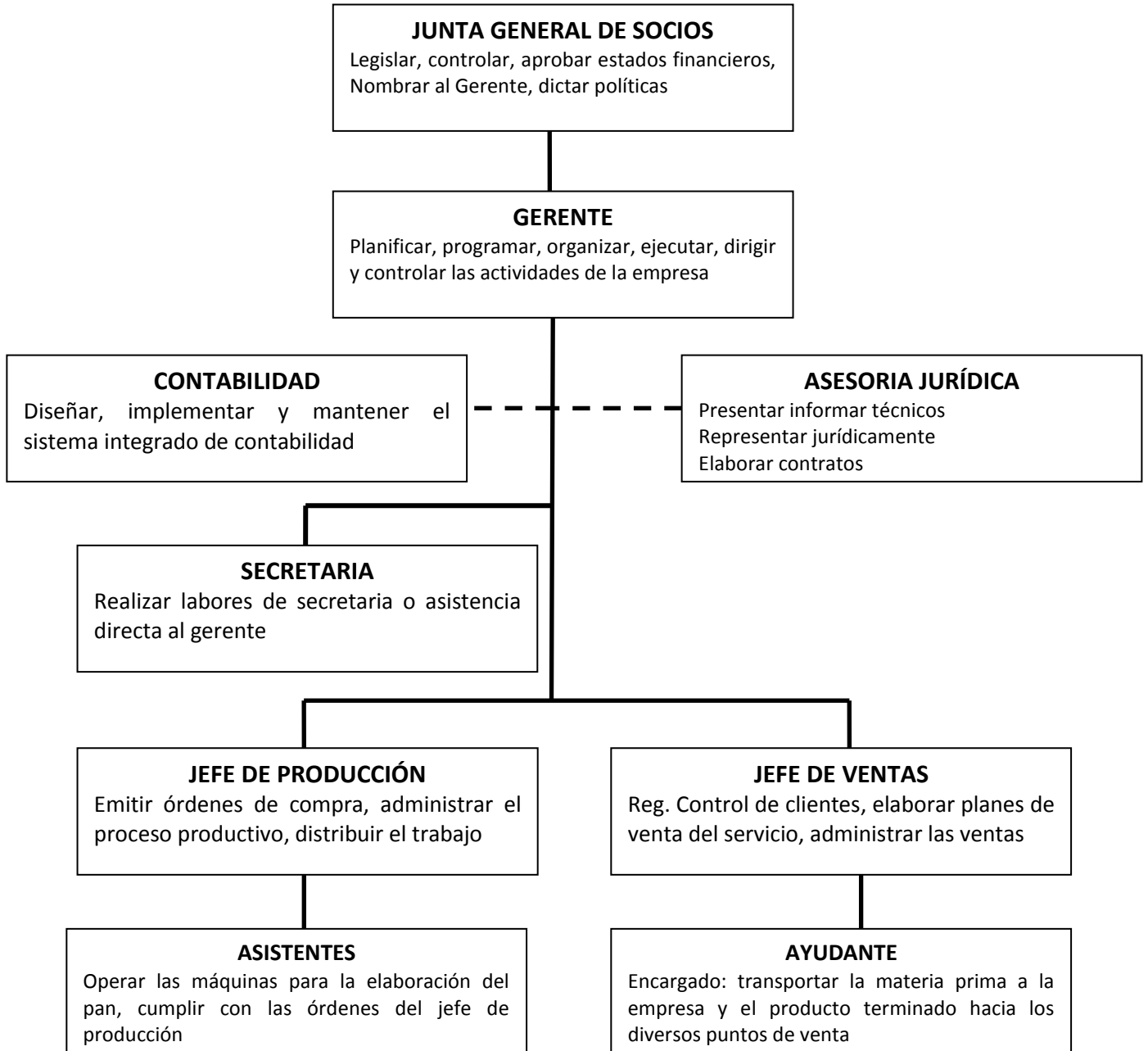


- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo



Elaboración: Los Autores

GRÁFICO Nº 19
g.4.2.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: Los Autores

g.4.3 VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA.

g.4.3.1 VISIÓN.- En el año 2015 llegar a ser una empresa líder en el mercado local y provincial en la elaboración y comercialización de pan de soya, cumpliendo con todas las normas de calidad que exige el consumidor

g.4.3.2 MISIÓN.- Elaborar pan de soya, con la mejor selección de ingredientes, a través de un personal altamente capacitado que garantice el proceso y control de calidad en la producción, para de esta manera brindar a la sociedad un producto altamente nutritivo.

g.4.4 MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones consiste en una fuente de información de todos los cargos de la empresa con que contará, el mismo que se realizará la descripción precisa de las diferentes actividades y obligaciones que deben desempeñar cada uno quienes laboran en la empresa.

TÍTULO DEL PUESTO : GERENTE

CÓDIGO : 001

SUPERIOR : JUNTA GENERAL DE SOCIOS

SUBALTERNOS : Área Administrativa y Supervisor Operativo.

JERARQUÍA : Nivel Ejecutivo.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Dirigir la situación económica de la empresa.
- Tener el control y mando sobre todos los empleados de la Empresa
- Comunicar a la Junta General de Socios el rendimiento del personal.
- Solicitar a la Contador(a) en un plazo determinado los comprobantes de ingreso y egreso para el asiento contable respectivo.

- Mantener bajo su cuidado los inventarios de bienes muebles y enseres, los documentos por cobrar, las chequeras o libretas de ahorro y demás bienes tangibles.
- Presentar los roles de pago del personal a la Junta General de Socios.

RESPONSABILIDADES

- Asistir normalmente a las sesiones.
- Velar por el funcionamiento adecuado y ser responsable de la marcha de la Empresa.
- Proporcionar la documentación necesaria y en el plazo adecuado para realizar los asientos contables.
- Controlar en el sitio de trabajo las actividades a desarrollar por el Personal.

AUTORIDAD:

- Tendrá autoridad sobre todo el personal de planta y empleados.

REQUISITOS:

- Título en Ingeniería Comercial o en Administración de Empresas.
- Tener conocimiento del Control Administrativo, Contable, Financiero y Legal.
- Experiencia en la conducción de Empresas Productivas.
- Tener visión e iniciativa empresarial.

TÍTULO DEL PUESTO : SECRETARIA
CÓDIGO : 002
SUPERIOR : GERENTE
SUBALTERNOS : NINGUNO
JERARQUÍA : Nivel Auxiliar

FUNCIONES BÁSICAS

- Llevar los libros de Actas de la Junta General de Socios.

- Tener la correspondencia al día
- Certificar con su firma los documentos de la Empresa
- Conservar ordenadamente el archivo
- Desempeñar otros deberes que le asigne el Gerente.

RESPONSABILIDADES:

- Asistir a las sesiones de la empresa.
- Comunicar oportunamente avisos y correspondencias.
- De archivar todos los documentos de la empresas

AUTORIDAD:

- Ninguna

REQUISITOS:

- Poseer título de Licenciado en Contabilidad o Contador Público.
- Tener experiencia de 1 – 2 años en cargos similares.
- Conocimientos de computación: Excel, Word, Power Poin,
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Conocimiento de redacción y ortografía

TÍTULO DEL PUESTO : CONTADOR (A)

CÓDIGO : 003

SUPERIOR : GERENTE

SUBALTERNOS : NINGUNO

JERARQUÍA : Nivel Auxiliar

FUNCIONES BÁSICAS

- Organizar, sistematizar y dirigir contabilidades.
- Intervenir directamente en la organización contable de la empresa.

- Comprobar y verificar estados de actividades económico- financieras.
- Certificar balances con previa verificación integral de la contabilidad.
- Evaluar e interpretar movimientos financieros o económicos e inventarios.
- Preparar y suscribir declaraciones tributarias.

RESPONSABILIDADES:

- Es responsable del manejo contable.
- Presentación oportuna de los Estados Financieros.

AUTORIDAD:

- Ninguna

REQUISITOS:

- Poseer título de Licenciado en Contabilidad o Contador Público.
- Tener experiencia de 1 – 2 años en cargos similares.
- Conocimientos de computación: Excel, Word y programas Contables.

TÍTULO DEL PUESTO : ASESOR JURÍDICO

CÓDIGO : 004

SUPERIOR : GERENTE

SUBALTERNOS : NINGUNO

JERARQUÍA : Nivel Asesor.

FUNCIONES BÁSICAS

- Aconsejar a Directivos de la Empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico. .
- Aconsejar e informar sobre proyectos en Materia Jurídica para la Empresa.
- Solucionar los problemas jurídicos que se presenten en la Empresa.

RESPONSABILIDADES:

- Es responsable de asesorar al Gerente sobre Materia Legal, tanto Administrativa como Laboral.

AUTORIDAD:

- Ninguna

REQUISITOS:

- Poseer título de Abogado, Doctor en Jurisprudencia.
- Tener experiencia de 1 – 2 años en cargos similares.

TÍTULO DEL PUESTO : PANADERO
CÓDIGO : 005
SUPERIOR : GERENTE
SUBALTERNOS : ASISTENTE
JERARQUÍA : Nivel Operativo

FUNCIONES BÁSICAS

- Alistar la maquinaria y herramientas a su cargo para el correcto desempeño de sus funciones.
- Realizar la correspondiente alimentación de materia prima en el proceso de producción.
- Realizar la limpieza correspondiente de la maquinaria y herramientas al finalizar las tareas diarias.
- Evitar desperdicios de materia prima y materiales.

RESPONSABILIDADES:

- Controlar el normal funcionamiento del departamento de producción.
- Controlar el inventario de Materia Prima Directa e Indirecta.
- Hacer el control de calidad del producto.

AUTORIDAD:

- Tendrá autoridad sobre los asistentes de producción.

REQUISITOS:

- Título artesanal en Panificación
- Experiencia en manejo de máquinas industriales.
- Cursos de capacitación en Panificación.

TÍTULO DEL PUESTO : CHOFER - VENDEDOR

CÓDIGO : 006

SUPERIOR : GERENTE

SUBALTERNOS : AYUDANTE

JERARQUÍA : Nivel Operativo

FUNCIONES BÁSICAS

- Cumplir las disposiciones emanadas por los Superiores.
- Transportar el producto terminado hacia los diferentes puntos de venta.
- Controlar el mantenimiento y buen funcionamiento del vehículo de la Empresa.
- Realizar una ruta diaria preestablecida de ventas.

RESPONSABILIDADES:

- Atender al público que requiera información del producto.
- Informar a los distribuidores sobre las propiedades del producto.
- Cuidar que el producto llegue en buenas condiciones a los diferentes puntos de venta.

AUTORIDAD:

- Ninguno.

REQUISITOS:

- Ser Chofer profesional.

- Tener experiencia en ventas.
- Haber realizado cargos similares.

TÍTULO DEL PUESTO : ASISTENTE DE PANIFICACIÓN

CÓDIGO : 007

SUPERIOR : PANADERO

SUBALTERNOS : Ninguno

JERARQUÍA : Nivel Operativo

FUNCIONES BÁSICAS

- Cumplir las disposiciones emanadas por los Superiores.
- Realizar actividades asignadas para el proceso de producción de acuerdo a los lineamientos de la producción de elaboración de pan de soya.

RESPONSABILIDADES:

- Realizar sus actividades de acuerdo a las exigencias dadas por la empresa y por el Panadero.

AUTORIDAD:

- Ninguno.

REQUISITOS:

- Título Bachiller.
- Haber realizado cargos similares.

TÍTULO DEL PUESTO : ASISTENTE DE VENTAS

CÓDIGO : 008

SUPERIOR : CHOFER - VENDEDOR

SUBALTERNOS : Ninguno

JERARQUÍA : Nivel Operativo

FUNCIONES BÁSICAS

- Cumplir las disposiciones emanadas por los Superiores.
- Colaborar en la venta del producto.
- Cumplir con la Ruta diaria de Ventas.
- Cuidar que el producto llegue al punto de venta en buen estado.
- Cuidar del vehículo de la empresa.

RESPONSABILIDADES:

- Realizar sus actividades de acuerdo a las exigencias dadas por la empresa y por el Chofer vendedor.
- Comunicar de los mensajes emitidos por los dueños de los puntos de venta.

AUTORIDAD:

- Ninguno.

REQUISITOS:

- Título Bachiller.
- Poseer Licencia tipo **"B"** (en emergencias previas)
- Haber realizado cargos similares.

CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES

Después de realizar un detallado estudio de factibilidad para implementar una Empresa Productora de Pan de Soya, estamos en la capacidad de abordar lo siguiente:

- De acuerdo a la encuesta aplicada se pudo determinar que el promedio de integrantes por familia es de 5,19 equivalente a 5 personas dato que difiere con el determinado por el INEC en el último censo poblacional del 2001, que señala un promedio de 4 personas.
- Se pudo establecer el promedio de consumo de pan en la ciudad de Loja por familia que fue de 33,57 equivalentes a 34 panes a la semana.
- En el Estudio e Mercado se determinó el siguiente comportamiento de consumo de Pan de soya: Demanda Efectiva **22'064.130** Oferta **49.400** y demanda insatisfecha **22'014.730** panes de soya.
- La Capacidad instalada de la empresa será de: **762.000** panes de soya anual. La capacidad utilizada para todos los años será del **100 %**.
- La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto es de **\$38.713,16**. Esta inversión se financiará en **63,84%** con capital propio y la diferencia (**36,16%**) con crédito en el Banco Nacional de Fomento en la línea de Microcréditos de producción a una tasa de interés del 11% anual.
- El presupuesto de operación para el primer año asciende a **\$ 85.102,36** obteniendo un costo unitario de **\$ 0,1117**.
- Los Ingresos por ventas para el primer año será de **\$ 114.888,18** cuyo precio de venta es de **\$ 0,1508** con una producción de **762.000** panes de soya anual.
- El punto de equilibrio para el primer año en función de la capacidad instalada es de **57%**, en función de las unidades producidas es de **435.063**, en función de las ventas es de **65.615,11** y para el quinto año los valores son: **55,54%** capacidad instalada, **423.218** unidades producidas y **73.261,66** en función de las ventas.

- La utilidad líquida a obtener en el primer año de operaciones es de **\$ 22.223,78**.
- La evaluación financiera del proyecto proporcionó los siguientes resultados: **VAN \$ 54.300,18; TIR = 59,31%;** Relación Beneficio Costo **\$ 1,21;** Periodo de recuperación del capital es de 1 años, 5 meses y 1 día, el proyecto soporta un incremento en los Costos de **2,90%** y una disminución de los Ingresos de **2,39%**, lo que demuestra cierta sensibilidad en el proyecto.
- Se pudo establecer que los establecimientos preferidos por la ciudadanía para el consumo de pan en primera instancia se encuentran las panaderías, seguidas por las tiendas que se encuentran cerca a sus domicilios.
- Además se determinó que los medios de comunicación de mayor aceptación por la ciudadanía de Loja son la televisión y la radio.
- El Proyecto presenta beneficios económicos y sociales fomentando el desarrollo productivo de la Provincia, Cantón y Ciudad de Loja específicamente.

RECOMENDACIONES

i. RECOMENDACIONES

Al finalizar el presente estudio de factibilidad nos permitimos sugerir lo siguiente:

- Es importante que la implementación de la empresa se lo haga en el menor tiempo posible, debido a que existe poca oferta de este producto en la ciudad de Loja.
- Es necesario realizar un buen programa de marketing para dar a conocer el producto, informando de sus propiedades y las diferencias que existe con los tradicionales panes del mercado.
- Para que el producto llegue al consumidor final es aconsejable distribuirlo a través de panaderías y tiendas porque estos son los lugares de mayor acogida, sin dejar de lado la distribución de autoservicios y supermercados ya que el producto estaría en constante exhibición sirviendo de vitrina para el público en general.
- Por las características del producto se deben realizar rutas semanales de visita a los distribuidores en una frecuencia de dos veces por semana.
- El crédito para financiar el proyecto se lo debe negociar con cuotas variables, ya que con cuotas fijas el monto total a pagar es mayor.
- Se debe realizar un análisis exhaustivo en lo concerniente a los costos de producción y los ingresos ya que al realizar el análisis de sensibilidad tenemos que existe porcentajes que de darse el caso no dan estabilidad a la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

j. BIBLIOGRAFÍA

- BRIONES, Guillermo. Métodos y Técnicas de Investigación. Editorial Index, Madrid, Barcelona 1986.
- CERVO, Alberto, “Metodología de la Investigación Científica” México, Edito. Harl. 1995.
- CARRASCO BELINCHON, Julián: “Organización de Empresas y Administración de Personal”. Editorial INDEX. Madrid 1984.
- MANUAL McGRAW-HILL DE RECICLAJE, Primera Edición, Madrid España 1996.
- LÓPEZ, Osuna. Introducción a la investigación de Mercado, Fases Cronológicas de una Investigación de Mercados.
- BACA GABRIEL Elaboración y evaluación de Proyectos de Investigación.
- NEWMAN, LOGAN, SALEME, “Planeación Estratégica y Subsistema Dirección”, Scout, Foresman and Company 1990, Usa.
- WERTHER, Jr William B; HERITH Davis. Administración de Personal y Recursos Humanos.
- BURBANO R. Jorge E. ORTIZ Albertto PRESUPUESTOS Editorial McGraw-Hill 1996.
- <http://www.Google.Com>. © Arcadia Nonell, S.L.
- <http://www.salud,dietas,belleza.com>
- INEN, 452 Granos y cereales.
- Biblioteca de consulta Premium Encarta 2009.

ANEXOS

k.ANEXOS

ANEXO N° 1

RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA PARA LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMATIZACIÓN:

En un análisis realizado a 213 países, 99 producían menos del 100 por ciento de sus necesidades, 41 de ellos en África al sur del Sahara y 27 en América Latina. Una manera de medir el nivel de acceso a los alimentos de una región constituye el Ingreso Energético por Persona (IEP). La región con el mayor IEP es América del Norte con 3 mil 600 calorías/persona/día, mientras la zona al sur de Sahara sólo tiene dos mil noventa y nueve, es decir, 49 por ciento menos calorías. Y dentro de un país, hay contradicciones: pese a su alto IEP, Estado Unidos, por ejemplo, registra 13 por ciento de desnutrición.⁹

El acceso a una alimentación adecuada depende de una serie de factores: la existencia de alimentos ya sea por producción propia o en el mercado, la capacidad adquisitiva de la familia, el consumo y/o cultivo de una dieta balanceada, la forma de preparación de la dieta que depende de factores culturales y finalmente, el nivel de salud, edad y actividad de las personas. De estas variables, la capacidad adquisitiva o, en otras palabras, el nivel de pobreza es el factor determinante de la desnutrición. Porque no se trata de un problema de producción sino de equidad en el ingreso. La seguridad alimentaria del mundo está ligada al nivel económico de los países y de los individuos.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO siglas en Ingles), el encarecimiento de la comida está llevando a muchos a buscar alternativas más baratas, que también son menos saludables situación que afecta particularmente a los pobres de la región, aumentando no solo el numero de hambrientos, sino que muchas personas tienen que hacer substitución de productos. Algunos ya no

⁹ <http://www.bbc.com>

pueden comprar más carne de la mejor calidad y empiezan a comprar carne de peor calidad, pero hay otros que ni carne pueden comprar, entonces empiezan a comprar productos basados en azúcar o con mucha harina y eso va produciendo un efecto perverso que es la obesidad, sobre todo en niños.

Por ello la FAO está trabajando en programas de educación alimentaria y nutricional para niños, y en especial madres, en América Latina y el Caribe. "Lo peor que podría pasar ahora es comer menos, y comer peor", concluye el directivo de la FAO.

La alimentación en los Países de América Latina es muy deficiente estudios realizados en países de Centro América como Guatemala más de la mitad de los niños Guatemaltecos sufren desnutrición crónica y raquitismo. Chefs latinoamericanos, convocados por la FAO, preparan recetas para enseñar a los más pobres a comer más balanceado y nutritivo, aprovechando los productos autóctonos que tienen a la mano.¹⁰

La Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO, a través de su iniciativa "América Latina y Caribe sin hambre", está desarrollando diferentes programas en busca de una alimentación adecuada. Representantes de la FAO, expresan que hay 53 millones de personas que padecen hambre en la región, cerca del 10% de todos los latinoamericanos. El problema ya no es solo la desnutrición sino también la obesidad, que aqueja a un 35% de las personas de la región.

Ecuador, al igual que otros países de América Latina, atraviesa por una transición nutricional y epidemiológica, consecuencia de la inequidad, el crecimiento urbano, la influencia del patrón de alimentación occidental urbana moderna y el sedentarismo. En este contexto, coexisten problemas de deficiencias nutricionales específicas, desnutrición crónica con problemas de sobrepeso y obesidad vinculados a enfermedades crónicas no transmisibles – ECNT- (diabetes, infarto cardíaco, derrame cerebral, hipertensión arterial, algunos tipos de cáncer, entre otras). La doble carga de la enfermedad (desnutrición, sobrepeso y/u obesidad) muchas veces afecta a la misma persona en una familia o a uno o más miembros de la misma familia.

¹⁰ <http://www.onu.com/crisisalimentaria/>

En nuestro País no existen estudios recientes, que den cuenta de la deficiencia de micronutrientes en la población los últimos datos que se tienen son los realizados en el año 1988, sin embargo en el año 2004 se recolectó información antropométrica de las madres de los niños que participaron en dicha encuesta. Allí se encontró que el 40.4 % de ellas tiene sobrepeso y el 14.6 % obesidad. En suma, el 55.0 % tiene un peso excesivo en relación a su talla (ENDEMAIN, 2004).

Los datos que si existen actualmente son los relacionados con la desnutrición, anemia y sobrepeso emitidos por el Ministerio de Salud:

- 26% de desnutrición crónica en niños menores de 5 años
- 84% de anemia en niños/as de 6 a 12 meses
- 73% de anemia en niños/as de 12 a 23 meses
- 60% de anemia en mujeres en edad fértil
- 6% de sobrepeso en niños menores de 5 años
- 55% de mujeres obesas en edad fértil

El Gobierno del Presidente Correa se ha preocupado en este ámbito creando un programa denominado Aliméntate Ecuador (AE), del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), el objetivo de este programa es dejar de lado su concepción plenamente asistencial para transformarse en un programa de Seguridad Alimentaria, para ello ha emprendido una transformación desde sus bases, acogiendo como su política institucional los principios de la Soberanía Alimentaria, la misma que se refiere al derecho que asiste a los pueblos y naciones para definir sus propias políticas alimentarias. Los ecuatorianos tenemos derecho de acceder a alimentos seguros, nutritivos, culturalmente apropiados y a los recursos necesarios para producirlos y autoabastecernos de los mismos.¹¹

En nuestra Región y principalmente en nuestra ciudad la situación sigue igual agregándole un concomitante que es la falta de fuentes de trabajo debido a un número reducido de

¹¹<http://www.alimentateecuador.gov.ec>.

empresas que existen por esta razón surge en nosotros el siguiente problema: **“LA ESCASA EXISTENCIA DE PROYECTOS FACTIBLES Y SUSTENTABLES PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS NUTRITIVOS PARA LA CIUDAD DE LOJA”** con el cual pretendemos encontrar mejores condiciones y oportunidades para que los Lojanos accedan a suficientes alimentos inocuos, tanto en cantidad como en calidad, que satisfagan sus necesidades fisiológicas y preferencias culturales, en virtud de mantener una vida activa y saludable, asegurándonos además y de manera preferente en la educación para obtener cambios de comportamiento sobre la sana alimentación y de esta manera lograr nuevos hábitos de consumo, poniendo énfasis en la ingesta y producción de legumbres, verduras, frutas, que provengan de la producción local de pequeños y medianos productores.

Queremos que los Lojanos y en si los Ecuatorianos conozcan que la sana alimentación es el principal componente de la salud y que a través de una política adecuada que articule este aspecto, la nutrición, el desarrollo social, la inclusión socio-económica, la generación de capacidades y la producción local, se puede lograr una enorme transformación social del país.

Conociendo esta realidad surge en nosotros la realización de un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA PARA LA CIUDAD DE LOJA”** ya que este alimento contiene más grasa que el pan blanco (mayoritariamente poli saturadas y de tipo omega-3). Aporta proteínas muy completas o de gran valor biológico, en las que se presentan todos los aminoácidos esenciales. Además, es una buena fuente de vitaminas del grupo B y de minerales como el potasio, el fósforo y el magnesio. También es fuente de fibra, lo que favorece la sensación de saciedad y el tránsito intestinal, además contiene antioxidantes como las isoflavonas (fitoestrógenos) que ayuda a reducir los síntomas que se asocian a la menopausia. Los fitoestrógenos poseen actividad estrogénica, es decir, se comportan de modo similar a los estrógenos humanos, motivo por el cual su ingesta mejora los síntomas asociados a la menopausia como los sofocos y la pérdida de masa ósea.

En concreto, investigaciones recientes han puesto de manifiesto que la soja ayuda a reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares y de osteoporosis, regula el equilibrio hormonal en la mujer y combate ciertos tipos de cáncer.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

- Demostrar la factibilidad de crear una empresa Productora de Pan de Soya para la ciudad de Loja, cumpliendo con las fases y técnicas del proyecto como: Estudio de mercado, financiero, técnico y organizacional, demostrando la rentabilidad del proyecto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un estudio de Mercado sobre las secuencias que tiene las personas al consumir pan, estableciendo gustos y preferencias de las clases de panes que encuentran en el mercado determinando así la demanda existente en la ciudad de Loja.
- Realizar un estudio Técnico sobre el tamaño del proyecto como el equipamiento y los recursos tanto humanos como financieros que se utilizarán en la Producción.
- Realizar un Estudio Financiero para determinar la inversión y el financiamiento del proyecto, para luego realizar una evaluación basándose en los índices como son VAN, TIR, PRC, RBC y análisis de sensibilidad.
- Realizar una estructura Organizacional con el personal que intervenga, desarrollando organigramas, niveles jerárquicos, manual de funciones y especificar la legalidad de la Empresa.

HIPÓTESIS

- Es factible la creación de una Empresa Productora de Pan de Soya para la Ciudad de Loja por el fácil acceso a la materia prima y por la poca inversión que se requiere para el desarrollo del mismo.

ANEXO N°2
FORMATO DE ENCUESTAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado Señor (a)

Con la finalidad de elaborar un Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales, le solicitamos se digne contestar la siguiente encuesta:

1.- ¿Cuántas personas conforman su familia?

2.- ¿En su alimentación diaria consume Usted Pan?

SI () NO ()

3.- Determine cuantas veces consume Pan:

Una vez a la semana () Tres veces a la semana ()

Dos veces a la semana () Todos los días ()

4.- ¿Cuántos panes, en la semana compra Usted para su familia?

5.- ¿Qué clases de pan consume Usted?

Integral () Pan Blanco ()

Pan rebanado () Bollos ()

Pan de Yuca () Pan de soya ()

Otros () Indique: _____

¿Por qué?

6.- ¿Dónde lo adquiere al Pan?:

Panaderías	()	Tiendas (de su barrio)	()
Supermercados	()	Lo elabora Usted en casa	()
Otros	()	Indique: _____	

¿Por qué? _____

7.- ¿A qué precio compra Usted el Pan?

\$0,10	()	\$0,25	()
\$0,15	()	\$0,30 en adelante	()
\$0,20	()		

8.- Sabe, que el Pan de Soya tiene un alto porcentaje de nutrientes: proteínas, grasas las de tipo omega 3 e isoflavonas que disminuyen el riesgo de enfermedades cardiovasculares y de osteoporosis.

SI () NO ()

9.- ¿Cree que es necesario la producción de Pan a base de harina de Soya para la ciudad de Loja?

SI () NO ()

10.- En caso de instalarse una Empresa Productora de Pan de Soya con personal calificado y que le brinde una buena atención. ¿Compraría este Producto?

SI () NO ()

11.- ¿Cuántas unidades está dispuesto(a) a comprar y con qué frecuencia lo haría?

Frecuencia en la Semana: _____

Cantidad en unidades: _____

12.- ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por cada Pan de Soya?

0.15 ctv. () 0.20 ctv. () 0.25 ctv. ()

13.- ¿Conoce alguna empresa que brinde este producto en la Ciudad de Loja?

SI () NO ()

INDIQUE: _____

14.- ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del producto?

Fundas de 4 panes () Fundas de 8 panes ()

Fundas de 12 panes () Otros ()

INDIQUE: _____

15.- ¿Dónde le gustaría a Ud. Adquirir el, Producto?

Tiendas (de su barrio) () Auto-Servicio ()

Supermercados () Panaderías ()

Otros () Indique: _____

16.- ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse con mayor frecuencia?

TELEVISIÓN () PRENSA () Otros ()

RADIO () INTERNET () Indique: _____

SUGERENCIAS:.....

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Señor (a):

Con la finalidad de elaborar un Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales, le solicitamos se digne contestar la siguiente encuesta:

1.- ¿Dentro de los productos que expende, comercializa usted Pan de Soya?

SI () NO ()

2.- ¿Qué cantidad de Pan de Soya vende diariamente?

3.- ¿Conoce alguna empresa que produzca pan de soya en la ciudad? Indique:

4.- ¿A quién adquiere el Pan de Soya que Comercializa?

5.- ¿Conoce de otras Empresas que solo Comercializan Pan de Soya?

INDIQUE _____

6.- ¿El porcentaje de utilidad satisface los gastos operativos, administrativos y financieros?

SI () NO ()

¿Por qué?

SUGERENCIAS: _____

ANEXO N° 3

PROYECCIONES DE LA DEMANDA

CUADRO N° 53
CUADRO ESTADISTICO DE LA DEMANDA POTENCIAL

Intervalos en unid. de pan	Familias que comprar (f)	Xi	Xi x f
5 - 12	64	8,50	544,00
13 - 20	49	16,50	808,50
21 - 28	56	24,50	1372,00
29 - 36	84	32,50	2730,00
37 - 44	37	40,50	1498,50
45 - 52	9	48,50	436,50
53 - 60	47	56,50	2655,50
61 - 68	0	64,50	0,00
69 - 76	30	72,50	2175,00
77 - 84	7	80,50	563,50
TOTAL	383		Σ= 12783,50

Fuente: Cuadros N° 4, N°5

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 54

CUADRO ESTADISTICO DE LA DEMANDA EFECTIVA

Intervalos en unid. de pan	Familias que comprar (f)	Xi	Xi x f
4 - 12	201	8,00	1608,00
13 - 21	66	17,00	1122,00
22 - 30	20	26,00	520,00
31 - 39	17	35,00	595,00
40 - 48	6	44,00	264,00
49 - 57	5	53,00	265,00
58 - 64	0	61,00	0,00
65 - 73	4	69,00	276,00
TOTAL	319		Σ=4650,00

Fuente: Cuadro N°12.

Elaborado: Los Autores

ANEXO N° 4

PRESUPUESTOS Y PROYECCIONES

ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 55
VALOR DE LA ADECUACIÓN

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL
Área de Producción	DÓLAR	2000,00
Área Administrativa	DÓLAR	1000,00
TOTAL		3.000,00

Fuente: Consorcio FOOROTAN

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 56
VALOR LÍNEA TELEFÓNICA COMERCIAL

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Línea telefónica	120,00

Fuente: CNT

Elaborado: Los Autores

COSTO PRIMO

MATERIA PRIMA DIRECTA

CUADRO N° 57
VALOR DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

ESPECIFICACION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (DIARIA)	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO	TOTAL
Harina de Soya	Kilo	65,00	1365,00	0,800	1092,00
Miel de Panela	taza	30,00	630,00	0,300	189,00
Huevos	unidad	200,00	4200,00	0,100	420,00
Levadura	Kilo	0,41	8,61	5,000	43,05
Sal	Kilo	1,35	28,35	0,290	8,22
Agua	Litro	27,00	567,00	0,030	17,01
Aceite	litro	9,00	189,00	1,800	340,20
TOTAL					2109,48

Fuente: Panificadoras "Reina del Cisne" y "El Gordo"

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 58
PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑO	VALOR ANUAL
1	25313,78
2	26004,84
3	26714,78
4	27444,09
5	28193,31

Fuente: Cuadro N°57 y Proyección de la Inflación 2,73 %

Elaborado: Los Autores

MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO N° 59
VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA (PANADERO)

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
INGRESOS	
Remuneración Unificada	300,00
Décimo tercero (1/12)	25,00
Décimo cuarto (\$ 240)	20,00
Aporte al IESS 11,15%	33,45
Aporte al IECE 0,50%	1,50
Aporte al SECAP 0,50%	1,50
Fondo de Reserva (1/12)	25,00
Vacaciones (1/24)	12,50
TOTAL	418,95
Número de Panaderos	1
TOTAL MENSUAL	418,95
TOTAL ANUAL	5027,40

Fuente: Ministerio de trabajo y empleo, acuerdo ministerial 00219, segundo suplemento del registro oficial N° 498 del 31-12-2008

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 60
VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA (ASISTENTES)

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
INGRESOS	
Remuneración Unificada	250,00
Décimo tercero (1/12)	20,83
Décimo cuarto (\$ 240)	20,00
Aporte al IESS 11,15%	27,88
Aporte al IECE 0,05%	0,13
Aporte al SECAP 0,05%	0,13
Fondo de Reserva (1/12)	20,83
Vacaciones (1/24)	10,42
TOTAL	350,21
Número de Asistentes	2
TOTAL MENSUAL	700,42
TOTAL ANUAL	8405,00

Fuente: Ministerio de trabajo y empleo, acuerdo ministerial 00219, segundo suplemento del registro oficial N° 498 del 31-12-2008

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 61
PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR ANUAL
1	13432,40
2	14715,19
3	16120,50
4	17660,00
5	19346,53

Fuente: Cuadros N° 59, 60 y Promedio de Inflación de salarios (9,55%)

Elaborado: Los Autores

El 9,55% se lo determinó promediando los porcentajes de aumento de sueldos de las 3 últimas alzas salariales que son: \$200 (2008), \$218 (2009) y \$240 (2010)

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

MATERIA PRIMA INDIRECTA

CUADRO N° 62
VALOR DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	V. UNITARIO	TOTAL
Mantequilla	Kg.	42	2,90	121,80
TOTAL				121,80

Fuente: Panificadora “Reina del Cisne”, “El Gordo” y ECUAHORNOS

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 63
PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑO	VALOR ANUAL
1	1461,60
2	1501,50
3	1542,49
4	1584,60
5	1627,86

Fuente: Cuadro N°62 y Proyección de la Inflación 2,73 %

Elaborado: Los Autores

CARGA FABRIL

CUADRO N° 64
VALOR DE LA CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CONSUMO	V. UNITARIO	TOTAL
Luz eléctrica	Kilovatios	300	0,35	105,00
Gas doméstico	UNIDAD	1	1,60	1,60
			TOTAL MENSUAL	106,60
			TOTAL ANUAL	1279,20

Fuente: Empresa Eléctrica

Elaborado: Los Autores

La energía eléctrica está considerada en la materia prima indirecta por lo que se constituye un gasto compartido entre producción y administración.

Se considera gas doméstico por cuanto su uso será en la disolución de la panela, levadura y no será utilizado de forma industrial.

CUADRO N° 65
PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz eléctrica/gas d.	1279,20	1314,12	1350,00	1386,85	1424,71

Fuente: Cuadro N°64 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 66
PROYECCIÓN DE UTENSILIOS PARA LA PRODUCCIÓN

Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jarras	3,00	3,08	3,17	3,25	3,34
Ollas	50,00	51,37	52,77	54,21	55,69
Cucharas	3,00	3,08	3,17	3,25	3,34
Tamizadores	5,00	5,14	5,28	5,42	5,57
Rodillos	4,00	4,11	4,22	4,34	4,46
Cuchillos	10,00	10,27	10,55	10,84	11,14
TOTALES	75,00	77,05	79,15	81,31	83,53

Fuente: Cuadro N°31 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 67
PROYECCIÓN DE INDUMENTARIA PARA LA PRODUCCIÓN

Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Guantes de obrero	60,00	61,64	63,32	65,05	66,83
Guantes de manejo	25,40	26,09	26,81	27,54	28,29
Mandiles	36,00	36,98	37,99	39,03	40,10
TOTALES	121,40	124,71	128,12	131,62	135,21

Fuente: Cuadro N°31 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 68
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 10%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				8030,00
1	8030,00	803,00	722,70	7307,30
2	7307,30		722,70	6584,60
3	6584,60		722,70	5861,90
4	5861,90		722,70	5139,20
5	5139,20		722,70	4416,50
6	4416,50		722,70	3693,80
7	3693,80		722,70	2971,10
8	2971,10		722,70	2248,40
9	2248,40		722,70	1525,70
10	1525,70		722,70	803,00

Fuente: ECUAHORNOS, Contabilidad General de Mercedes Bravo, Cuadro N°29

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 69
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA PRODUCCIÓN**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 10%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				462,00
1	462,00	46,20	41,58	420,42
2	420,42		41,58	378,84
3	378,84		41,58	337,26
4	337,26		41,58	295,68
5	295,68		41,58	254,10
6	254,10		41,58	212,52
7	212,52		41,58	170,94
8	170,94		41,58	129,36
9	129,36		41,58	87,78
10	87,78		41,58	46,20

Fuente: Empresa Brito (venta hornos), Contabilidad General de Mercedes Bravo.

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 70
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES PARA LA PRODUCCIÓN**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 10%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				320,00
1	320,00	32,00	28,80	291,20
2	291,20		28,80	262,40
3	262,40		28,80	233,60
4	233,60		28,80	204,80
5	204,80		28,80	176,00
6	176,00		28,80	147,20
7	147,20		28,80	118,40
8	118,40		28,80	89,60
9	89,60		28,80	60,80
10	60,80		28,80	32,00

Fuente: Contabilidad General de Mercedes Bravo y Cuadro N°29

Elaborado: Los Autores

COSTOS ADMINISTRATIVOS

**CUADRO N°71
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA	CHOFER	AYUDANTE DE CHOFER	CONTADOR (A)	ASESOR JURÍDICO
INGRESOS						
Remuneración Unificada	320,00	260,00	280,00	240,00	100,00	50,00
Décimo tercero (1/12)	26,67	21,67	23,33	20,00	0,00	0,00
Décimo cuarto (\$ 240)	20,00	20,00	20,00	20,00	0,00	0,00
Aporte al IESS 11,15%	35,68	28,99	31,22	26,76	0,00	0,00
Aporte al IECE 0,50%	1,60	1,30	1,40	1,20	0,00	0,00
Aporte al SECAP 0,50%	1,60	1,30	1,40	1,20	0,00	0,00
Fondo de Reserva (1/12)	26,67	21,67	23,33	20,00	0,00	0,00
Vacaciones (1/24)	13,33	10,83	11,67	10,00	0,00	0,00
TOTAL	445,55	365,76	392,35	339,16	100,00	50,00
Número de Personas	1	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	445,55	365,76	392,35	339,16	100,00	50,00
TOTAL ANUAL	5346,56	4389,08	4708,24	4069,92	1200,00	600,00
TOTAL	20313,80					

Fuente: Ministerio de trabajo y empleo, acuerdo ministerial 00219, segundo suplemento del registro oficial N° 498 del 31-12-2008

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 72
PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

AÑOS	VALOR ANUAL
1	20313,80
2	22253,77
3	24379,00
4	26707,20
5	29257,73

Fuente: Cuadro N° 71 y Promedio de Inflación de salarios (9,55%)

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N°73
SUMINISTROS DE OFICINA**

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CONSUMO	V. UNITARIO	TOTAL MENSUAL
Esferográficos	Unidad	6	0,20	1,20
Lápiz	Unidad	2	0,25	0,50
Sacapuntas de mesa	Unidad	1	3,00	3,00
Papel para impresión	Resma	1	3,20	3,20
Borradores	Unidad	2	0,20	0,40
Clips	Caja x 100	1	0,25	0,25
Grapas	Caja x 1000	1	0,50	0,50
Carpetas archivadoras	Unidad	5	4,00	20,00
Cinta scosh	Unidad	1	0,35	0,35
Sellos	Unidad	3	1,50	4,50
Corrector	Unidad	2	0,50	1,00
Cinta para impresión	Unidad	1	10,00	10,00
Cartuchos para impresión	Unidad	2	20,00	40,00
Subtotal				84,90
TELÉFONO				
Consumo telefónico	Minutos	500	0,04	20,00
Subtotal				20,00
TOTAL				104,90

Fuente: C N T, Grafica Santiago.

Elaborado: Los Autores.

CUADRO N°74
PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Esferográficos	4,80	4,93	5,07	5,20	5,35
Lápiz	2,00	2,05	2,11	2,17	2,23
Sacapuntas de mesa	3,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Papel para impresión	9,60	9,86	10,13	10,41	10,69
Borradores	1,20	1,23	1,27	1,30	1,34
Clips	0,75	0,77	0,79	0,81	0,84
Grapas	1,00	1,03	1,06	1,08	1,11
Carpetas archivadoras	20,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cinta scosh	4,20	4,31	4,43	4,55	4,68
Sellos	4,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Corrector	3,00	3,08	3,17	3,25	3,34
Cinta para impresión	30,00	30,82	31,66	32,52	33,41
Cartuchos para impresión	120,00	123,28	126,64	130,10	133,65
Subtotal	204,05	209,62	215,34	221,22	227,26
TELÉFONO					
Consumo telefónico	240,00	246,55	253,28	260,20	267,30
Subtotal	240,00	246,55	253,28	260,20	267,30
TOTAL	444,05	456,17	468,63	481,42	494,56

Fuente: Cuadro N°73 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 75
VALOR DEL ARRIENDO

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR X MES	Nº DE MESES	TOTAL
ARRIENDO	DÓLAR	600	12,00	7.200,00

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 76
PROYECCION DEL ARRIENDO

AÑO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	600,00	7200,00
2	600,00	7200,00
3	600,00	7200,00
4	600,00	7200,00
5	600,00	7200,00

Fuente: Cuadro N° 75 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

Por la adecuación que se realizara en el local el contrato de arrendamiento se lo realizará para 5 años

CUADRO N° 77
VALOR DE MATERIALES PARA LIMPIEZA DE LA PLANTA

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CONSUMO	V. UNITARIO	TOTAL
Cloro	Galón	1	7,50	7,50
Detergente	Kilo	1	1,60	1,60
Trapeadores	Unidad	2	3,00	6,00
Escobas	Unidad	2	2,50	5,00
Franelas	Unidad	4	1,00	4,00
Manguera	Metro	15	1,25	18,75
Esponjas de lavar	Unidad	2	0,60	1,20
Crema lavavajilla	Gramos	1	1,70	1,70
TOTAL				45,75

Fuente: Locales Comerciales de la ciudad.

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 78
PROYECCIÓN DE MATERIALES PARA LIMPIEZA DE LA PLANTA

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cloro	90,00	92,46	94,98	97,57	100,24
Detergente	19,20	19,72	20,26	20,82	21,38
trapeadores	24,00	24,66	25,33	26,02	26,73
Escobas	20,00	20,55	21,11	21,68	22,28
Franelas	16,00	16,44	16,89	17,35	17,82
Manguera	18,75	18,75	18,75	18,75	18,75
Esponjas de lavar	14,40	14,79	15,20	15,61	16,04
Crema lavavajilla	20,40	20,96	21,53	22,12	22,72
TOTAL	222,75	209,57	215,29	221,17	227,21

Fuente: Cuadro N°77 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

Los trapeadores, escobas y franelas se determinaron el gasto en forma trimestral, la manguera se estipula para los 5 años y los demás materiales se los calcula en forma mensual.

CUADRO N° 79
SERVICIOS BÁSICOS

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CONSUMO	V. UNITARIO	TOTAL
Luz eléctrica	Kilovatios	150	0,35	52,50
Agua Potable	Metros cúbicos	35	0,50	17,50
TOTAL MENSUAL				70,00
TOTAL ANUAL				840,00

Fuente: Empresa eléctrica e I. Municipio de Loja.

Elaborado: Los Autores

La luz eléctrica está considerada el 33% para servicios básicos y el 67% para el horno y batidora.

El agua está tomada en cuenta tanto en la materia prima como en servicios básicos

**CUADRO N° 80
PROYECCIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS**

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz Eléctrica	630,00	647,20	664,87	683,02	701,66
Agua Potable	210,00	215,73	221,62	227,67	233,89
TOTAL	840,00	862,93	886,49	910,69	935,55

Fuente: Cuadro N°79 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 81
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 10%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				805,00
1	805,00	80,50	72,45	732,55
2	732,55		72,45	660,10
3	660,10		72,45	587,65
4	587,65		72,45	515,20
5	515,20		72,45	442,75
6	442,75		72,45	370,30
7	370,30		72,45	297,85
8	297,85		72,45	225,40
9	225,40		72,45	152,95
10	152,95		72,45	80,50

Fuente: Contabilidad General de Mercedes Bravo.

Elaborado: Los Autores

**CUADRO N° 82
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 10%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				132,00
1	132,00	13,20	11,88	120,12
2	120,12		11,88	108,24
3	108,24		11,88	96,36
4	96,36		11,88	84,48
5	84,48		11,88	72,60
6	72,60		11,88	60,72
7	60,72		11,88	48,84
8	48,84		11,88	36,96
9	36,96		11,88	25,08
10	25,08		11,88	13,20

Fuente: Contabilidad General de Mercedes Bravo.
Elaborado: Los Autores.

**CUADRO N° 83
 DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 33,33%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				1260,00
1	1260,00	419,96	280,01	979,99
2	979,99		280,01	699,97
3	699,97		280,01	419,96
4	1366,04	455,30	303,58	1062,46
5	1062,46		303,58	758,88
6	758,88		303,58	455,30

Fuente: Contabilidad General de Mercedes Bravo.
Elaborado: Los Autores.

El equipo de computación se la realizo la depreciación para los 5 años de vida util del proyecto tomando en cuenta que al tercer año se hace una nueva compra.

COSTOS DE VENTA

**CUADRO N° 84
 GASTO DE VENTA**

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL MENSUAL
Facturas	Unidad	0,05	1500	75,00
Fundas etiquetadas	Unidad	0,02	7938	158,76
Transporte del producto	Galón	1,48	40	59,20
TOTAL				292,96

Fuente: Imprenta Santiago, CASA PLAST
Elaborado: Los Autores

Se calculó la visita de 71 tiendas diarias con un promedio de compra de 5 fundas lo que da un total anual de 18,000 facturas

Las fundas etiquetadas se calcularon 3000 dividido para 8 unidades de pan en cada funda y por 254 nos da 95250 fundas etiquetadas

Para el transporte se consideró un recorrido de 100 km diarios con un consumo de 2 galones

CUADRO N° 85

AÑO	VALOR ANUAL
1	3515,52
2	3611,49
3	3710,09
4	3811,37
5	3915,42

Fuente: Cuadro N° 84 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 86**VALOR DEL MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO**

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CONSUMO	V. UNITARIO	TOTAL
Cambio de aceite	Galón	1	10,00	10,00
AVC del vehículo	N° de veces	0,33	30,00	9,90
TOTAL				19,90

Fuente: Concesionarios y Lubricadoras

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 87**PROYECCIÓN DEL MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO**

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cambio de aceite	120,00	123,28	126,64	130,10	133,65
AVC del vehículo	118,80	122,04	125,38	128,80	132,31
TOTAL	238,80	245,32	252,02	258,90	265,96

Fuente: Cuadro N° 86 e inflación 2,73 %

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 88**DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO**

PERIODO	V. ACTIVO	V. RESIDUAL 20%	DEPRECIACIÓN	TOTAL
0				14000,00
1	14000,00	2800,00	2240,00	11760,00
2	11760,00		2240,00	9520,00
3	9520,00		2240,00	7280,00
4	7280,00		2240,00	5040,00
5	5040,00		2240,00	2800,00

Fuente: Contabilidad General de Mercedes Bravo.

Elaborado: Los Autores

GASTOS DE PUBLICIDAD

CUADRO N° 89
GASTO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	TARIFA MENSUAL	N° MEDIOS DE COMUN.	CANTIDAD MENSUAL
Televisión	Espacio publicitario	900,00	1	900,00
Radio	Avisos	150,00	3	450,00
Prensa Escrita	Espacio publicitario	200,00	1	200,00
	TOTAL MENSUAL	1250,00	TOTAL	1550,00

Fuente: Televisoras, Radios y Prensa escrita de Loja.

Elaborado: Los Autores

CUADRO N° 90
GASTO DE PUBLICIDAD EN AFICHES Y TRIPTICOS

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIT.	CANTIDAD ANUAL	TOTAL
Afiches	millar	40,00	5	200,00
Trípticos	millar	5,00	5	25,00
	TOTAL MENSUAL	45,00	TOTAL	225,00

Fuente: Imprentas de Loja.

Elaborado: Los Autores.

CUADRO N° 91
GASTO DE PUBLICIDAD DEL SPOT

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIT.	CANTIDAD ANUAL	TOTAL
SPOT PUBLICITARIO	unidad	200,00	1	200,00
			TOTAL	200,00

Fuente: Imprentas de Loja.

Elaborado: Los Autores.

CUADRO N° 92
PROYECCIÓN DE GASTOS DE PUBLICIDAD

AÑO	VALOR ANUAL
1	4875,00
2	225,00
3	231,14
4	237,45
5	243,94

Fuente: Cuadro N° 91 y Promedio de Inflación 2,73%

Elaborado: Los Autores

La publicidad en medios de comunicación se la realizará por tres meses y luego se continuará con la publicidad a través de afiches.

ANEXO N°5
CUADRO DE AMORTIZACIÓN

CUADRO N° 93
AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

DENOMINACIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN
Activos Diferidos	3864,00	5,00	772,80

Fuente: Cuadro N° 36

Elaborado: Los Autores

GASTOS FINANCIEROS

CAPITAL C= 14.000,00
 INTERES i= 11% anual
 TIEMPO a= 5 años

CUADRO N° 94
AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO AL 11% DE INTERÉS CON CUOTA VARIABLE

N°	CAPITAL	INTERES	CUOTA CAPITAL	DIVIDENDO	AMORTIZACIÓN	SALDO
0						14000,00
1	14000,00	128,33	233,33	361,67	233,33	13766,67
2	13766,67	126,19	233,33	359,53	233,33	13533,33
3	13533,33	124,06	233,33	357,39	233,33	13300,00
4	13300,00	121,92	233,33	355,25	233,33	13066,67
5	13066,67	119,78	233,33	353,11	233,33	12833,33
6	12833,33	117,64	233,33	350,97	233,33	12600,00
7	12600,00	115,50	233,33	348,83	233,33	12366,67
8	12366,67	113,36	233,33	346,69	233,33	12133,33
9	12133,33	111,22	233,33	344,56	233,33	11900,00
10	11900,00	109,08	233,33	342,42	233,33	11666,67
11	11666,67	106,94	233,33	340,28	233,33	11433,33
12	11433,33	104,81	233,33	338,14	233,33	11200,00
13	11200,00	102,67	233,33	336,00	233,33	10966,67
14	10966,67	100,53	233,33	333,86	233,33	10733,33
15	10733,33	98,39	233,33	331,72	233,33	10500,00
16	10500,00	96,25	233,33	329,58	233,33	10266,67
17	10266,67	94,11	233,33	327,44	233,33	10033,33
18	10033,33	91,97	233,33	325,31	233,33	9800,00
19	9800,00	89,83	233,33	323,17	233,33	9566,67
20	9566,67	87,69	233,33	321,03	233,33	9333,33
21	9333,33	85,56	233,33	318,89	233,33	9100,00
22	9100,00	83,42	233,33	316,75	233,33	8866,67

23	8866,67	81,28	233,33	314,61	233,33	8633,33
24	8633,33	79,14	233,33	312,47	233,33	8400,00
25	8400,00	77,00	233,33	310,33	233,33	8166,67
26	8166,67	74,86	233,33	308,19	233,33	7933,33
27	7933,33	72,72	233,33	306,06	233,33	7700,00
28	7700,00	70,58	233,33	303,92	233,33	7466,67
29	7466,67	68,44	233,33	301,78	233,33	7233,33
30	7233,33	66,31	233,33	299,64	233,33	7000,00
31	7000,00	64,17	233,33	297,50	233,33	6766,67
32	6766,67	62,03	233,33	295,36	233,33	6533,33
33	6533,33	59,89	233,33	293,22	233,33	6300,00
34	6300,00	57,75	233,33	291,08	233,33	6066,67
35	6066,67	55,61	233,33	288,94	233,33	5833,33
36	5833,33	53,47	233,33	286,81	233,33	5600,00
37	5600,00	51,33	233,33	284,67	233,33	5366,67
38	5366,67	49,19	233,33	282,53	233,33	5133,33
39	5133,33	47,06	233,33	280,39	233,33	4900,00
40	4900,00	44,92	233,33	278,25	233,33	4666,67
41	4666,67	42,78	233,33	276,11	233,33	4433,33
42	4433,33	40,64	233,33	273,97	233,33	4200,00
43	4200,00	38,50	233,33	271,83	233,33	3966,67
44	3966,67	36,36	233,33	269,69	233,33	3733,33
45	3733,33	34,22	233,33	267,56	233,33	3500,00
46	3500,00	32,08	233,33	265,42	233,33	3266,67
47	3266,67	29,94	233,33	263,28	233,33	3033,33
48	3033,33	27,81	233,33	261,14	233,33	2800,00
49	2800,00	25,67	233,33	259,00	233,33	2566,67
50	2566,67	23,53	233,33	256,86	233,33	2333,33
51	2333,33	21,39	233,33	254,72	233,33	2100,00
52	2100,00	19,25	233,33	252,58	233,33	1866,67
53	1866,67	17,11	233,33	250,44	233,33	1633,33
54	1633,33	14,97	233,33	248,31	233,33	1400,00
55	1400,00	12,83	233,33	246,17	233,33	1166,67
56	1166,67	10,69	233,33	244,03	233,33	933,33
57	933,33	8,56	233,33	241,89	233,33	700,00
58	700,00	6,42	233,33	239,75	233,33	466,67
59	466,67	4,28	233,33	237,61	233,33	233,33
60	233,33	2,14	233,33	235,47	233,33	0,00
			TOTAL	17914,17	14000,00	

Fuente: Banco Nacional de Fomento (Microcréditos de Producción Tasa de Interés 11%)

Elaborado: Los Autores

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN.	3
b. SUMMARY	5
c. INTRODUCCIÓN.	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.	11
d.1. LOJA ANTECEDENTES	11
d.2. El Pan	13
d.2.1 Origen del pan	13
d.2.2 Propiedades	13
d.3. La Soya.	14
d.4. PROYECTOS DE INVERSIÓN	16
d.4.1 TIPOS DE PROYECTO	16
d.4.2 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS	17
d.4.2.1 Preinversión	17
d.4.2.2 Inversión	20
d.4.2.3 Operación	21
e. MATERIALES Y MÉTODOS	23
f. RESULTADOS	29
f.1. TABULACIÓN ,ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS	29
g. DISCUSIÓN	41
g1. ESTUDIO DE MERCADO	41
g.1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	41
g.1.2 DEMANDA POTENCIAL	42
g.1.3 DEMANDA EFECTIVA	43
g.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	44
g.1.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EFECTIVA.	45
g.1.6 COMERCIALIZACIÓN	46
g.1.7 PRODUCTO.(EL PAN DE SOYA)	47
GRAFICO N° 1 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	48
g.1.8 PRECIO.	49
g.1.9 PLAZA.	49
GRAFICO N° 2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN	50
g.1.10 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	50
PLAN DE PUBLICIDAD PARA EL PAN DE SOYA	51
GRAFICO N° 3 DIDEÑO DEL TRIPTICO	52
GRAFICO N° 5 DISEÑO DEL AFICHE	53
g.2. ESTUDIO TÉCNICO	54
g.2.1 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO	54
g.2.1.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	54
g.2.1.2 SERVICIOS BÁSICOS	54

g.2.1.3 MACROLOCALIZACIÓN	55
g.2.1.4 MICROLOCALIZACIÓN	56
g.2.2 TAMAÑO DE LA EMPRESA	57
g.2.2.1 TAMAÑO DE LA PRODUCCIÓN	57
g.2.2.2 TAMAÑO EN RELACIÓN CON LA MATERIA PRIMA	57
g.2.2.3 TAMAÑO CON RELACIÓN CON LA TECNOLOGÍA	57
g.2.3 CAPACIDAD INSTALADA	57
g.2.4 CAPACIDAD UTILIZADA	58
g.2.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO	58
g.2.5.1 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA	58
GRAFICO N° 8 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA	59
GRAFICO N° 9 CUBIERTA DE LA PLANTA	60
GRAFICO N° 10 FACHADA PRINCIPAL	60
g.2.5.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PAN DE SOYA	61
GRAFICO N° 11 DIAGRAMA DEL PROCESO	64
g.2.6 REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO PARA LA EMPRESA	65
g.2.7 MAQUINARIA Y EQUIPO QUE SE REQUIERE	66
g.2.8 MATERIA PRIMA QUE SE REQUIERE PARA PRODUCCIÓN	68
g.2.9 SERVICIOS BÁSICOS PARA LA EMPRESA	68
g.3 ESTUDIO FINANCIERO	69
g.3.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO	69
g.3.1.1 INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS.	69
g.3.1.2 INVERSIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS	72
g.3.1.3 CAPITAL DE OPERACIÓN	73
g.3.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	75
g.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS	75
g.3.3.1 PRESUPUESTOS	75
g.3.3.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN	76
g.3.3.3 COSTOS DE OPERACIÓN	76
g.3.3.4 COSTO UNITARIO	78
g.3.3.5 ESTABLECIMIENTO DE LOS PRECIOS	78
g.3.3.6 COSTOS FIJOS Y VARIABLES	79
g.3.3.7 ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS POR VENTA	81
g.3.3.8 ESTADO DE PÉRDIDAS O GANACIAS	81
g.3.3.9 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	82
g.3.4 EVALUACIÓN DEL PROYECTO	89
g.3.4.1.FLUJO DE CAJA	89
g.3.4.2 VALOR ACTUAL NETO	90
g.3.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO	92
g.3.4.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	94
g.3.4.5 RELACIÓN BENEFICIO COSTO	95
g.3.4.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	96
g.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	99
g.4.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA	99
g.4.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS	100

g.4.2.1 GRAFICO N° 18 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	101
g.4.2.2 GRAFICO N° 19 ORGANIGRAMA FUNCIONAL	102
g.4.3 VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN DE SOYA	103
g.4.3.1 VISIÓN	103
g.4.3.2 MISIÓN	103
g.4.4 MANUA L DE FUNCIONES	103
h. CONCLUSIONES	112
i. RECOMENDACIONES	115
j. BIBLIOGRAFÍA	117
k. ANEXOS	119
ANEXO N° 1 RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO	119 - 123
ANEXO N° 2 FORMATO DE ENCUESTAS	124 - 127
ANEXO N° 3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	128
ANEXO N° 4 PRESUPUESTOS Y PROYECCIONES	129 - 142
ANEXO N° 5 CUADRO DE AMORTIZACIÓN	143 - 144
INDICE	145 - 147