



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA,
EN EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”

**Tesis previa a la obtención
del grado de Ingeniera
Comercial**

AUTORA:

ANA MERCEDES CASANOVA ORTIZ

DIRECTOR:

ING. CARMEN ELIZABETH CEVALLOS CUEVA

Loja – Ecuador

2013

Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva, **DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICO:

Que el presente trabajo investigativo de la Srta. Ana Mercedes Casanova Ortiz, cuyo título es **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA EN EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA"**, ha sido dirigido y revisado prolijamente en su forma y contenido de acuerdo a las normas de graduación vigentes en la Universidad Nacional de Loja, por lo que autorizo su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, Junio de 2013


Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva

DIRECTOR

AUTORIA.

Yo **Ana Mercedes Casanova Ortiz**; declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Ana Mercedes Casanova Ortiz

Firma: 

Cédula: 1104891955

DEDICATORIA

Esta Tesis de Grado la dedico a Dios quien fue mi fortaleza y supo darme la sabiduría para el presente trabajo, a mi Madre, quien siempre estuvo a mi lado apoyándome y nunca me ha dejado sola, además a mi padre quien siempre me ha cuidado, me apoyado y me ha impulsado a ser una mujer de bien, no podría olvidarme de mis hermanos quienes han estado a mi lado compartiendo cada uno de mis logros y tropiezos y mis sobrinos que son símbolo de mi inspiración y gran fuente de apoyo fundamental para desarrollarla a plenitud, y de esta forma culminar mis estudios superiores, constituyéndose en uno de los más importantes logros de mi vida. Mi tesis para todos ellos.

Ana Mercedes Casanova Ortiz.

La Autora.

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a su personal docente y administrativo de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica Social y Administrativa, por la formación profesional a mi brindada.

Al Ing. Carmen Cevallos Cueva, Director de Tesis, que no importó lugar, fecha, horarios de oficina, para asesorarme con sus conocimientos durante todo el proceso de desarrollo del presente trabajo de investigación hasta su culminación, además quiero hacer un especial reconocimiento a la Ing. Com. Roció Toral quien en el módulo de Titulación supo responder a todas y cada una de mis dudas.

Quiero agradecer a toda mi familia, ya que son el pilar fundamental de mi vida, los cuales me dieron el apoyo necesario para la culminación de mis estudios y la realización del presente trabajo de investigación

Ana Mercedes Casanova Ortiz.

La Autora

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA, EN EL CANTÓN CATAMAYO, PROVONCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en el Cantón Catamayo, provincia de Loja, teniendo como objetivo la presentación de una propuesta para la producción y comercialización de pan de soya.

En la introducción se presenta un breve análisis de la situación actual del cantón Catamayo, provincia de Loja en el área productiva. A continuación en la metodología utilizada se presentan las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que sirvieron para presentar los resultados del trabajo investigativo.

En el Estudio de mercado se aplicó encuestas a las familias del cantón Catamayo, provincia de Loja, logrando determinar que existiría una demanda considerable para el nuevo producto dentro del mercado.

En el Estudio Técnico, se explica la cantidad a producir, además se incluye un mapa y un croquis de la ubicación de la nueva unidad productiva, así mismo se presenta un gráfico de la distribución física de la planta, el proceso productivo en todas sus fases, el componente tecnológico, la mano de obra y la materia prima necesaria para producir. En cuanto a la Organización Administrativa, se ha propuesto una empresa de responsabilidad limitada y además se da a conocer la los niveles jerárquicos, organigramas y manuales que la empresa utilizara para definir actividades y tareas a realizar por parte de su talento humano.

En el estudio financiero se presenta la inversión necesaria y el financiamiento al que debe acudir la empresa para iniciar sus actividades, así también se

evalúa el proyecto con la utilización indicadores financieros; tales como el valor actual neto, tasa Interna de retorno, relación beneficio/costo, periodo de recuperación del capital y el análisis de sensibilidad, con lo que se determinó como aconsejable llevar a cabo la ejecución del proyecto.

SUMMARY

This research was conducted in the Canton Catamayo, Loja Province, with the objective of presentation of a proposal for the production and marketing of soy bread.

The introduction gives a brief analysis of the current situation Catamayo Canton province of Loja in the production area. Following the methodology used in the present data collection techniques and research methods that were used to present the results of research.

In the Market study surveys was applied to the families Catamayo Canton province of Loja, achieving determine that would exist a considerable demand for the new product inside the market.

The Technical Study explains the amount to produce, and includes a map and a sketch of the location of the new production, also is presented a graph of the physical distribution of the plant, the production process at every stage , the technological component, labor and the raw material needed to produce. As for the administrative organization, has been proposed a limited liability company and in addition discloses the hierarchical levels, organizational charts and manuals that the company used to define activities and tasks to be performed by human talent.

In the financial study was present the necessary investment and funding should go to the company to start its activities, and also evaluated the project using financial indicators, such as net present value, internal rate of return, benefit /

cost, capital recovery period and the sensitivity analysis, which was determined to be advisable to carry out the project.

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 y basada en adecuados instrumentos de control de gestión; por esta razón se ha creído conveniente ofrecer una alternativa de inversión en el campo de la producción y transformación de bienes, con la instalación de una **“EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA EN EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**, y así contribuir al desarrollo económico, generando empleo y de esta forma brindar un progreso a la ciudad.

El proceso de investigación nacional a la producción de bienes y servicios, es un evento que tiene relación con la proyección y formación de la microempresa que lleven las expectativas de un desarrollo económico.

La investigación que se plantea en el documento presente esta en relación a la creación de una microempresa, que cubra un mercado, el que tiene que buscársele oportunidades de ingreso con la propuesta de políticas pertinentes de comercialización, en las que tiene que incluirseles como lo indica el estudio otros elementos como buen precio, calidad etc.

La producción del pan de soya es un proceso productiva de mínima tecnología: es decir, se constituye en un proceso casi normal puesto que su elaboración consiste en la mezcla de productos de fácil manejo por personal que tenga prolijidad y cuidado.

Al concluir el estudio se determina la factibilidad del mismo y por tanto los valores de rédito que se obtiene en forma matemática, asegurar un buen rendimiento financiero para quienes deseen invertir en negocios como el que detalla el presente estudio.

La investigación consta de las siguientes partes: la Introducción del estudio. En lo que se refiere a la metodología se señalan los métodos empleados. La parte de exposición y discusión de resultados, en la que se ha desarrollado el estudio de mercado, estudio técnico, inversiones y financiamiento, costos e ingresos, evaluación financiera y la organización de la empresa, para finalmente escribir las conclusiones y recomendaciones.

En el estudio de mercado se determina la demanda, oferta, análisis de precio y comercialización del producto. El producto se comercializará a un precio de USD \$0,25 para el primer año.

Una vez que fuera definido el estudio de mercado contempla los procesos de producción y la infraestructura necesaria para tal efecto, así como los requerimientos de personal, equipos financieros, etc.

Avanzando con el estudio se realiza la evaluación económica de proyecto cuyos resultados aseguran su factibilidad.

d. REVISION DE LITERATURA.

Antecedentes de la Soya

La soya es un alimento que se consume desde hace mucho tiempo y pertenece al grupo de las leguminosas; sus semillas varía en forma desde esférica hasta ligeramente ovalada, y entre los colores más comunes se encuentran el amarillo, negro y varias tonalidades de café.

La soya es un frijol que Viene en una vaina y se destaca por su alto contenido de proteína (alrededor del 40%) y grasa (20%), además contiene hidratos de carbono (25%), agua (10%) y cenizas (5%) en comparación con otras leguminosas oleaginosas y por sus múltiples beneficios para la salud, sobre todo en personas diabéticas o con enfermedades del hígado y riñones. Se han encontrado registros médicos de China, Egipto y Mesopotamia, acerca del cultivo del frijol de soya y su uso como antibiótico para tratar heridas y reducir la hinchazón.¹

El cultivo de la soya está ampliamente difundido a lo largo del planeta. Los cuatro países con mayor producción de soya son Estados Unidos, Brasil, Argentina y China.

La soya es nativa del este asiático, probablemente originaria del norte y centro de China. Hacia el año 3000 AC los chinos ya consideraban a la soya como una de las cinco semillas sagradas. Su producción estuvo localizada en esa zona hasta después de la guerra chino-japonesa (1894-1895), época en que los japoneses comenzaron a importar tortas de aceite de soja para usarlas como fertilizantes. Es el alimento fuerte de los pueblos del oriente. En La India se la

¹http://es.wikipedia.org/wiki/Cultivo_de_soja

promocionó a partir de 1935. Las primeras semillas plantadas en Europa provenían de China y su siembra se realizó en el Jardín des Plantes de París en 1740. Años más tarde (1765) se introdujo en América (Georgia, EE.UU.) desde China, vía Londres. Sin embargo, no fue hasta la década del 40 donde se produce la gran expansión del cultivo en ese país, liderando la producción mundial de soja a partir de 1954 hasta la actualidad. En Japón se dice: "El que tiene soja, posee carne, leche y huevo". Ha servido de alimento a los paracaidistas alemanes, en forma de tabletas durante la segunda guerra mundial y su uso está generalizado en Estados Unidos y en el Brasil. Actualmente Estados Unidos es el primer productor mundial de soja. En Brasil fue introducida en 1882, pero su difusión se inició a principios del siglo XX y la producción comercial comenzó también en la década del 40, constituyéndose en la actualidad en el segundo productor mundial de grano de soja. Estados Unidos, Brasil, Argentina e India son los países que lideran dicha producción en la actualidad.²

La importancia de la soja en el complejo oleaginoso

La importancia de la soja deriva fundamentalmente de su estrecha relación con el tema de los alimentos, la actividad productiva accede a través de su aceite y de su harina. Hoy representa un alto porcentaje entre las ocho materias primas más importantes del mundo.

Una hectárea de soja puede producir suficiente proteína para alimentar a una persona por 5.500 días, mientras que la carne producida en la misma área lo hace por no más de 300 a 600 días".

²http://es.wikipedia.org/wiki/Cultivo_de_soja

La harina de soya es de aplicación directa al consumo humano como integrante de otros productos alimenticios o como materia prima para la obtención de proteínas concentradas o aisladas. La utilización de la harina o de las proteínas de soya en la alimentación humana con el enriquecimiento de otros alimentos.³

Cultivo y Cosecha

La planta es muy sensible a la luz, y la radiación solar controla la transformación del período vegetativo al de la floración, y también afecta la velocidad de crecimiento durante la etapa de maduración. La soya se puede cosechar en diferentes ciclos agrícolas y puede formar parte de la rotación de cultivos, ya que promueve la fijación de nitrógeno a través del desarrollo de nódulos que fertilizan la tierra. La planta se cosecha aproximadamente 120 días después de la siembra.⁴

En el Ecuador se produce⁴ en las provincias del litoral como: LOS RIOS, EL ORO

Proteínas Las proteínas son esenciales para el crecimiento del organismo y para la reparación de los tejidos. Al incluir la soya en la alimentación de los pequeños puede reflejarse en muchos beneficios para ellos ya que por su alto contenido de proteínas y su nulo aporte en colesterol bien puede sustituir las carnes rojas en su dieta cotidiana ya que estas últimas contienen un gran contenido en grasas.

³<http://www.monografias.com/trabajos6/laso/laso.shtml>

⁴<http://yerbasana.cl/?a=138>

Este cambio puede reflejarse en un buen desarrollo físico, mental y un crecimiento acorde a su edad, además de que no presenten sobrepeso, evita un deterioro psicomotriz y una pérdida de la confianza y baja autoestima, la cual sufren muchas personas con sobrepeso u obesidad.

Carbohidratos y Fibra

Los carbohidratos de la soya aporta energía a las personas y se ve reflejado en un mejor rendimiento físico durante sus actividades deportivas y una mayor energía durante todo el día. Además por la fibra que contiene mejora la digestión evitando problemas de estreñimiento e indigestión.

Calcio

Dentro de los minerales que proporciona la soya se encuentra el calcio que fortalece huesos y dientes evitando que estos se rompan durante el juego o alguna caída durante la práctica deportiva.⁵

Vitaminas y Minerales

La soya también contiene diferentes cantidades de vitaminas y minerales, dependiendo de su estado de maduración, aunque en general los productos de soya no son fuentes abundantes de estos nutrimentos.

Las vitaminas de la soya fortalecen el sistema nervioso central por ser del complejo B ayudando a tener una mejor memoria y una buena concentración, favoreciendo el rendimiento escolar en los niños. Por otro lado éste tipo de vitaminas refuerzan el sistema inmunológico, evitando que se enfermen con frecuencia y falten a clases.⁶

⁵<http://yerbasana.cl/?a=138>

⁶http://www.nutrisa.com/beneficios_soya.pdf

- **BENEFICIOS DE LA SOYA**

- **Los decrecimientos de los síntomas de la menopausia.**- Los productos de isoflavones de soya, parecen reducir los síntomas de la menopausia, especialmente rubores calientes.

- **Reduce el riesgo de ciertos cánceres.**-Usar productos de soya disminuye el riesgo del cáncer de mama. Los productos de soya pueden también reducir el riesgo de cáncer de colon y de próstata.

Los **isoflavones** tienen propiedades antioxidantes, que ayudan a prevenir la oxidación de DNA. Los isoflavones también impiden la oxidación de DNA; y también reducen el índice de crecimiento de las células cancerígenas.

- **Rica en proteínas saludables de soya.**- Los productos de soya son vegetales con excelentes fuentes de proteínas. La mayoría de las sugerencias y recomendaciones para mejorar la salud, advierten limitar el uso de proteína animal, por lo tanto sustituir el pollo, la carne de res o cerdo por la soya. Comparada con otros frijoles, los frijoles de soya tienen el más alto contenido proteico. De hecho el 38 % del peso de la carga comestible del haba de soya es proteína, el resto corresponde a carbohidratos y grasas. La proteína de soya contiene todos los aminoácidos esenciales.

- **Libre de la grasa saturada.**- Los productos de soya están libres de grasa saturada, implicada en muchos problemas de salud. La soya es también libre de colesterol.

- **Desarrolla huesos más fuertes.-** Aparentemente los isoflavones presentes en la soya parecen incrementar el contenido mineral de los huesos en la mujeres durante la posmenopausia, reduciendo la posibilidad de osteoporosis. Los isoflavones de soya son los responsables de la protección de los huesos; por lo tanto, al remplazar la proteína animal por vegetal, mejora la salud de los huesos.
- **Bajo colesterol.-**Aparentemente los productos de soya disminuyen el contenido de colesterol total en la sangre y los niveles de LDL, así como disminuye los porcentajes de grasa en la dieta. Se recomienda 25gr de proteína de soya en el consumo de las tres comidas diarias. Existen demandas de salud aprobadas que dicen, que 25gr de proteína de soya en la dieta diaria, contiene bajo contenido de grasa saturada y colesterol y lo cual puede reducir el riesgo a enfermedades del corazón.
- **Benigno para el riñón.-** Personas con la función de riñón reducida, tales como los diabéticos que tienen neuropatía, pueden beneficiarse remplazando proteína animal con proteína de soya.⁷

HARINAS DE SOYA

La manera en que el frijol de soya es procesado, determina tanto las características funcionales y nutricias de los productos finales como su adaptabilidad para diversas aplicaciones alimenticias en panificación. El frijol de soya cruda es limpiado, quebrado, descascarado, acondicionado y hojueleado.

⁷<http://www.tempeh.info/es/beneficios-soya.php>

Estas hojuelas pueden ser procesadas directamente para obtener productos de soya con un contenido normal de grasas, o pueden ser sometidas a una extracción por solventes como hexano, el cual extrae 85% de la grasa presente para producir una hojuela básica de soya desengrasada.

Las hojuelas desengrasadas pueden ser cocidas o tostadas por exposición de las hojuelas a vapor "vivo" bajo presión. El tostado desnaturaliza la proteína e inactiva las enzimas presentes en el frijol de soya, al mismo tiempo que modifica el color y el sabor de las hojuelas. Controlando el tiempo y la temperatura del proceso de tostado, se puede producir una amplia gama de productos, se pueden elaborar cuatro grupos básicos de productos a partir de este proceso:

PRODUCTOS DEL PROCESAMIENTO DEL FREJOL DE SOYA	
PRODUCTO	CONTENIDO DE PROTEÍNA %
HARINAS Y SÉMOLAS INTEGRALES	40
HARINA DESGRASADA	50
CONCENTRADO DE SOYA	70
AISLADO DE SOYA	90

- La harina integral de soya contiene todas las grasas naturales de la soya y ha sido tratada para eliminar los factores enzimáticos.

- La harina de soya enzimáticamente activa es harina a la cual se le ha extraído la grasa, pero ha sido tratada con un calor muy ligero, reteniendo por lo tanto la actividad de la enzima lipoxidasa.
- La harina de soya desgrasada contiene aproximadamente 1% de grasa y ha sido térmicamente tratada para eliminar toda actividad enzimática.
- Los productos de soya reengrasados están hechos adicionando cantidades diversas de aceite de soya o lecitina a la harina de soya desgrasada. Cada uno de estos tipos de productos tiene varias subdivisiones, siendo las propiedades de cada subdivisión determinadas por el grado de tratamiento y el tamaño de partícula.

Las formas más sencillas son la harina y sémola con un contenido mínimo de proteína del 40%, si el aceite no es extraído, o del 50% si se extrae el aceite de procesamiento con hexano. Las harinas y las sémolas difieren únicamente por el tamaño de partícula.

Pan de soja: El pan de soja es una magnífica fuente de proteínas vegetales, sales minerales, grasas y ácidos esenciales poli-insaturados. Por esta razón, ayuda a drenar líquidos y a mantener alcalino el metabolismo de la sangre.⁸

⁸http://www.recetas-saludables.com/Pan_mas_nutritivo.html

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

Para el desarrollo de la presente investigación denominada “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA EN EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA**”, se utilizara métodos, técnicas y procedimientos, para alcanzar los objetivos y metas planteados, por ende obtener los resultados deseados. Para ello se aplica los siguientes métodos:

Método Científico

Este método permitirá conocer la realidad social y los cambios que se presentan en nuestra sociedad, y a través de los procesos metodológicos que se siguen en la investigación, con la ayuda de la bibliografía.

Método Inductivo. Se aplica para realizar el estudio de hechos particulares y así poder conocer a fondo el tipo de dificultades que atraviesa nuestro país, con la finalidad de darle prioridad a la implementación del proyecto.

Método Deductivo. Este método permite conocer las falencias, los aciertos de la empresa realizando un análisis desde los datos generales a los particulares las mismas que pueden interrumpir su rendimiento, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Método Histórico.- Este método permite conocer el origen de la soya y los problemas que esta presenta, con la finalidad de realizar una diferenciación con la realidad en la que actualmente nos encontramos y de esta manera proyectarse hacia el futuro teniendo claramente identificado el problema y de esta manera crear soluciones reales al mismo.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN: Permitirá tener una visión general de las necesidades de los consumidores y a la vez visitar lugares en donde se produzca la elaboración de pan, para tener una idea clara de cuál es su procedimiento.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA: Se la empleará como fuente de apoyo para la recopilación de información necesaria e indispensable para el desarrollo investigativo, del cual se obtendrá conceptos y categorías fundamentales referentes al tema como: libros, revistas, tesis, Internet, folletos, etc.

LA ENCUESTA: Será aplicada a una muestra de los habitantes del Cantón Catamayo, estableciendo diálogo sobre el tema el cual que permita recolectar información clara y oportuna referente al pan de soya.

MUESTREO: Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de la población del mercado del Cantón de Catamayo, se manejará la información suministrada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). El margen de error a utilizarse es del 5% que se encuentra en los límites pertinentes y establecidos. Los datos obtenidos del INEC son resultados del Censo realizado en el año 2010.

En el desarrollo del proyecto se tomará la población del cantón de Catamayo la cual es de 30638 habitantes.

MATERIALES: Para realizar el respectivo análisis utilizamos los siguientes materiales, que nos permitieron obtener y concluir nuestro trabajo investigativo:

CUADRO NO. 1

MATERIAL DE ESCRITORIO	COSTOS
Carpeta	10.00
Esferográficos	0.30
Impresiones	150.00
Anillado	20.00
Empastado	60.00
TOTAL:	330.30
ÚTILES DE OFICINA	
Flash Memory	15.00
Copias	40.00
TOTAL:	285.30

Procedimientos obtención de la muestra

Nuestro producto está dirigido a todos los habitantes de la ciudad de Loja, por lo cual hemos tomado la población del último censo que nos brindó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la ciudad, información que nos sirvió para calcular la muestra poblacional, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

De donde:

N= Población.

n= Tamaño de la muestra.

Z= Margen de confiabilidad, según la tabla tipificada de 0 a Z seleccionada con el margen de utilidad.

P= Probabilidad de que el evento ocurra.

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra.

E= Margen de Error.

DATOS:

$$N = 30638/4 = 7659.5$$

$$Z = 95\% \quad 47.5 = 0.475 \quad 1.96$$

$$E = 5\%$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(7660)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(7660 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(7660)(0.25)}{(0.0025)(7659) + (3.8416)(0.16)}$$

$$n = \frac{7356.664}{19.1475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{7356.664}{20.1079}$$

$$n = 365.85 = 366$$

El cálculo de la muestra, determino que el número de encuestas aplicar para el Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una empresa Productora y Comercializadora de Pan de Soya en el cantón Catamayo, provincia de Loja, es de 366, las cuales serán distribuidas en el cantón antes mencionado.

Procedimiento para realizar el proyecto de investigación:

Este procedimiento se inicia con la revisión de la literatura de los principales temas acerca del pan de soya, porque de esta forma se obtendrán los conocimientos necesarios para establecer lo que se va a investigar.

Luego se realizará el Estudio de Mercado, en donde se elaborara un cuestionario para obtener información verídica de la demanda que tendrá el producto, así mismo se establecerá el Estudio Técnico, para determinar el tamaño de la planta, la cual consiste en la capacidad y localización de la misma, además la ingeniería del proyecto y para proponer una estructura orgánica-funcional de la empresa a implementarse.

Se continuara con el Estudio Financiero, el cual permitirá determinar la inversión, financiamiento, presupuestos, ingresos, gastos, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, y luego se realizara la **evaluación financiera**, misma que permitirá a través del VAN, TIR, R B/C, PRC, y el análisis de sensibilidad la factibilidad o no del proyecto.

Una vez finalizado este análisis de la información se determinara las conclusiones y recomendaciones de este proyecto.

TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LOS OFERENTES.

Para la obtención de la oferta se consideró los establecimientos productores y comercializadores de pan de soya en el cantón Catamayo, provincia de Loja, de tal manera que se aplicaron ocho encuestas a estos locales dedicados al expendio de pan.

f. RESULTADOS.

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye una fuente de primera importancia, tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios.

Para una correcta información y preparación se debe considerar algunos aspectos relacionados con los proveedores, los competidores, los distribuidores y consumidores. Los mismos que proporcionan información útil para evaluar el proyecto.

PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor. La nueva empresa elaborará Pan de Soya.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Son aquellos que pueden reemplazar al producto principal y satisfacen la misma necesidad al consumidor.

En el mercado actualmente se puede encontrar una gran variedad de productos sustitutos del aceite de pan de soya: tales como: pan de harina, pan integral.

INVESTIGACION DE CAMPO.

Para el desarrollo de la investigación de campo se utilizó como herramienta de trabajo: la encuesta, la que fue dirigida a las familias del cantón Catamayo, provincia de Loja.

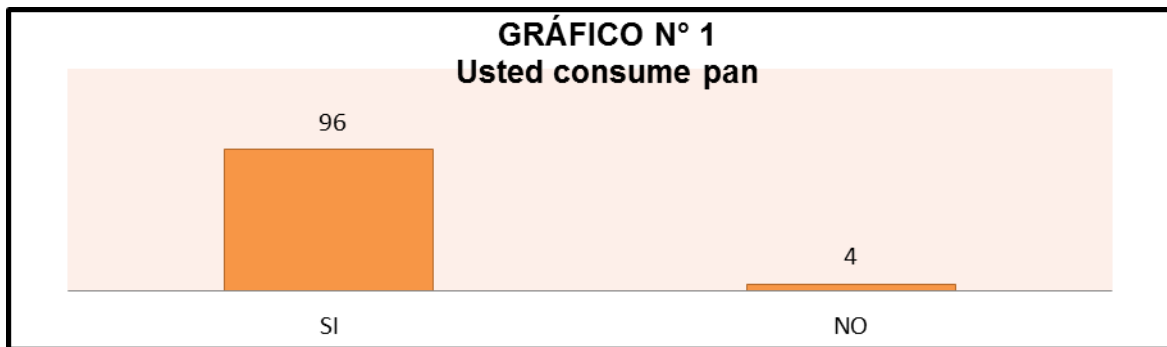
La información que se recabó es válida para tomar algunas decisiones como las personas que estarían dispuestas a consumir el nuevo producto, qué espacio físico se deberá utilizar, la presentación del producto, etc.

1. ¿Usted consume pan?

Cuadro N°1		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	96
NO	16	4
TOTAL	366	100,00

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



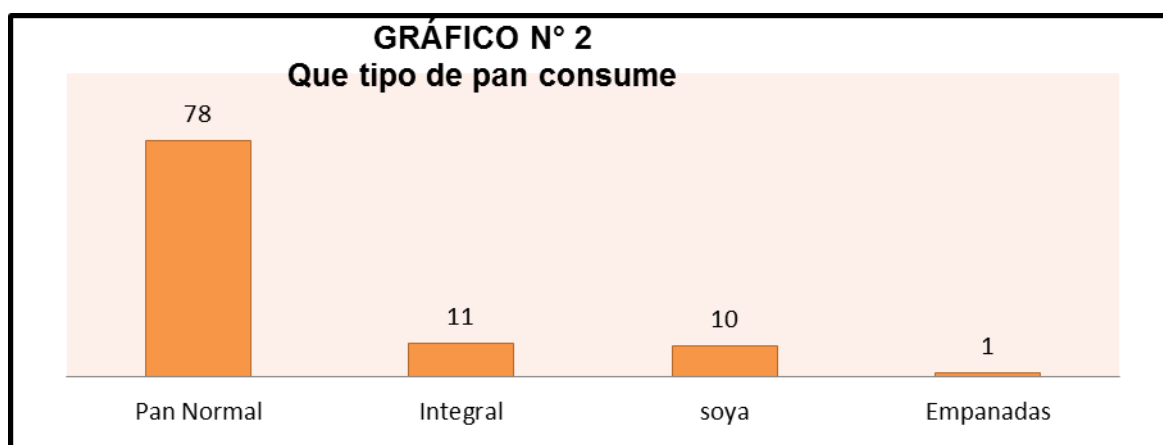
De las 366 encuestas aplicadas a la ciudadanía del cantón Catamayo, el 96% nos manifestó que si consumen pan, mientras que el 4% no consumen el producto, se puede indicar que la mayor parte de las familias consumen pan, lo cual es beneficioso para el presente proyecto.

2. ¿Qué tipo de pan usted consume?

Cuadro N°2			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Pan Normal	273	78	
Integral	38	11	
Soya	35	10	
Empanadas	4	1	
TOTAL	350	100	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



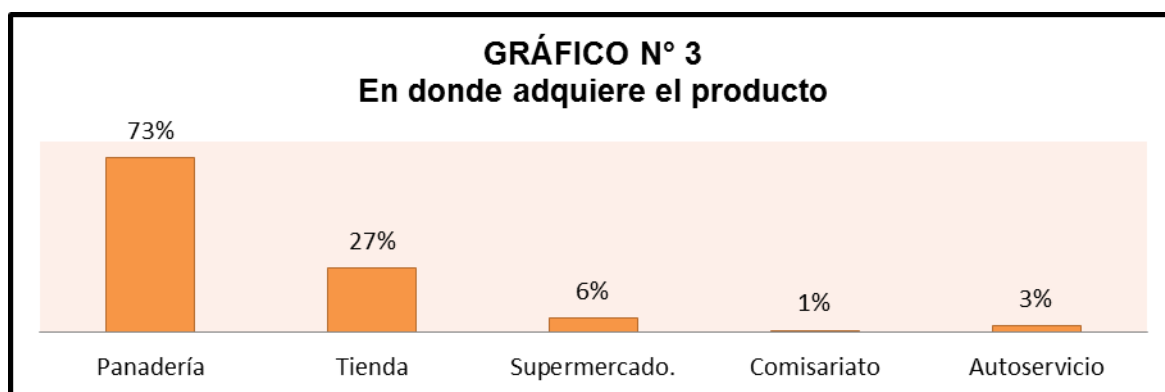
De las encuestas aplicadas el 78% manifestaron que consumen pan normal, incluido el pan de sal y dulce, el 11% compran pan integral, el 10% adquieren pan de soya, y el 1% empanadas. En este cuadro se indica que 273 familias acostumbran a consumir el pan normal, ya que este tiene un precio cómodo y es accesible a las familias.

3. ¿En dónde adquiere el producto?

Cuadro N° 3			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Panadería	257	73%	
Tienda	95	27%	
Supermercado.	21	6	
Comisariato	3	1%	
Autoservicio	10	3%	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 73% de los consumidores adquieren el producto en panadería, el 27% en la tienda, el 6% lo compra en el supermercado, el 3% en autoservicios y con el 1% en comisariato.

En el presente cuadro se puede llegar a la conclusión que la PEA del cantón Catamayo adquiere el producto en panaderías, y seguida de esta en tiendas porque se encuentran ubicadas en lugares estratégicos.

4. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere el producto?

Cuadro N° 4						
Cantidad	Punto Medio	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Total Anual
(1-5)	3	133	89	9	4	160365
(6-10)	8	46	51	2	3	156240
(11-15)	13	2	7	1	1	14716
(16-20)	18		1		1	1152
TOTAL						332473

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: El Autor

Punto Medio	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
3	145635	13884	702	144
8	134320	21216	416	288
13	9490	4732	338	156
18	0	936	0	216

Nota: En el presente cuadro indico que 133 familias consumen tres panes diario, por lo que al año ellas compran 145635 unidades de pan, la misma cantidad es consumida por 89 familias en forma semanal obteniendo al año una compra de 13884 unidades de pan, 9 familias adquieren 3 unidades quincenalmente obteniendo al año una compra de 702 unidades de pan y en forme mensual son consumidos 3 unidades por 4 familias lo que al año nos da 144 unidades de pan consumidos, por lo que para obtener el total anual de punto medio de tres unidades de pan consumidas sumamos el pan adquirido x cada familia en forma diaria semanal, quincenal y mensual lo cual nos da 160365, y así sucesivamente con los puntos medios faltantes.

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{\sum \text{Total Anual}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{332473}{350} = 950 \text{ panes}$$

De las encuestas aplicadas se puede indicar que **3 panes**, son adquiridos diariamente por 133 familias, 89 familias compran semanalmente, 9 familias lo adquieren quincenalmente y 4 familias del cantón compran la misma cantidad en forma mensual, como también se puede señalar que **8 panes**, son adquiridos diariamente por 46 familias, 51 familias compran semanalmente la cantidad señalada, igualmente en forma quincenal adquieren 2 familias y 3 familias en forma mensual; mientras que **13 panes**, en forma diaria adquieren 2 familias, 7 familias compran semanalmente, y 1 familias compra quincenal y mensualmente; y **18 panes** son adquiridos por una familia semanal y mensualmente.

En el cuadro presentado se puede observar que la mayoría de las familias encuestadas consumen más pan en forma diaria, lo cual es rentable para el presente proyecto en cuanto a las ventas.

5. ¿A qué precio adquiere el pan?

Cuadro Nº 5				
ALTERNATIVAS	PUNTO MEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL ANUAL
(0,20-0,25)	0,23	313	89	72
(0,26-0,30)	0,28	26	7	7
(0,31-0,35)	0,33	1	0,3	0,33
(0,36-0,40)	0,38	10	3	4
TOTAL		350	100,00	83

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.

$$\text{Precio Promedio} = \frac{\sum \text{Total Anual}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Precio Promedio} = \frac{83}{350} = 0.24$$

De las encuestas aplicadas el 89% de las familias adquieren el pan a 0,23 centavos, seguido el 7% compran este producto a 0,28 centavos, el 3% al precio de 0,38 centavos y el 0,3% a 0,33 centavos.

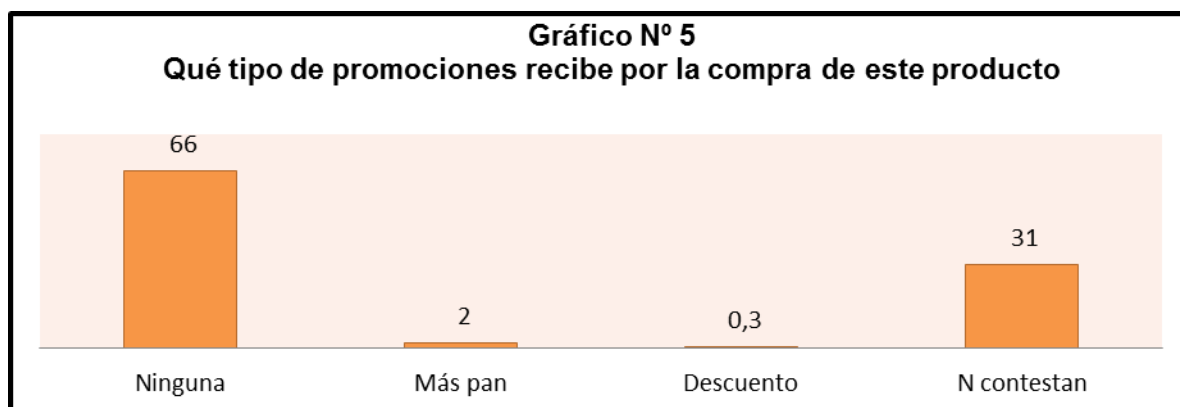
Se puede manifestar que 313 familias del cantón Catamayo compran pan a un precio de 0,23 centavos, lo cual nos resulta beneficioso para el proyecto presentado al momento de analizar el precio para nuestro producto.

6. ¿Qué tipo de promociones recibe por la compra de este producto?

Cuadro Nº 6		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	232	66
Más pan	7	2
Descuento	1	0,3
N contestan	110	31
TOTAL	350	100,00

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las familias encuestadas en el cantón Catamayo el 66% nos contestaron que no recibía ninguna promoción al momento de adquirir pan, el 31% no contestó esta interrogante, y el 2% que les proporcionaban más pan.

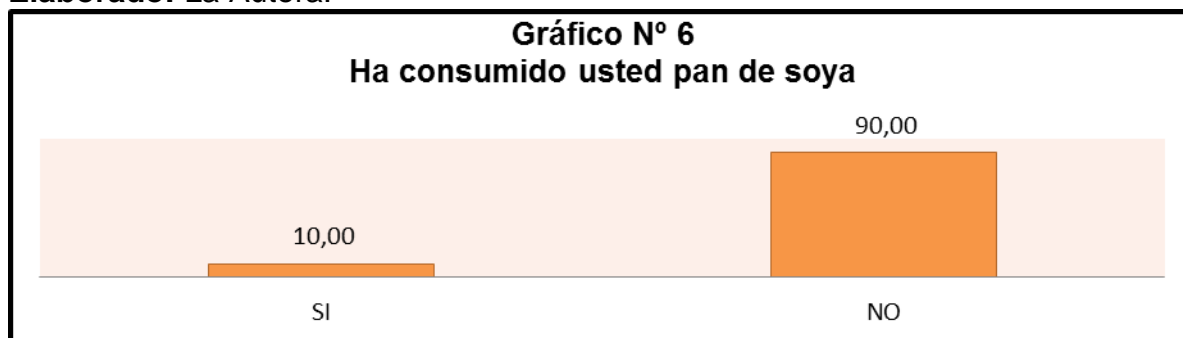
La presente pregunta ayuda a establecer el tipo de promoción que se podría llegar a proporcionar a la colectividad al momento que adquieran nuestro producto.

7. ¿Ha consumido usted Pan de soya?

Cuadro N° 7			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
SI	35	10,00	
NO	315	90,00	
TOTAL	350	100,00	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 90% de las familias encuestadas en el cantón Catamayo nos manifiestan que NO han consumido pan de soya, mientras que el 10% respondió que SI.

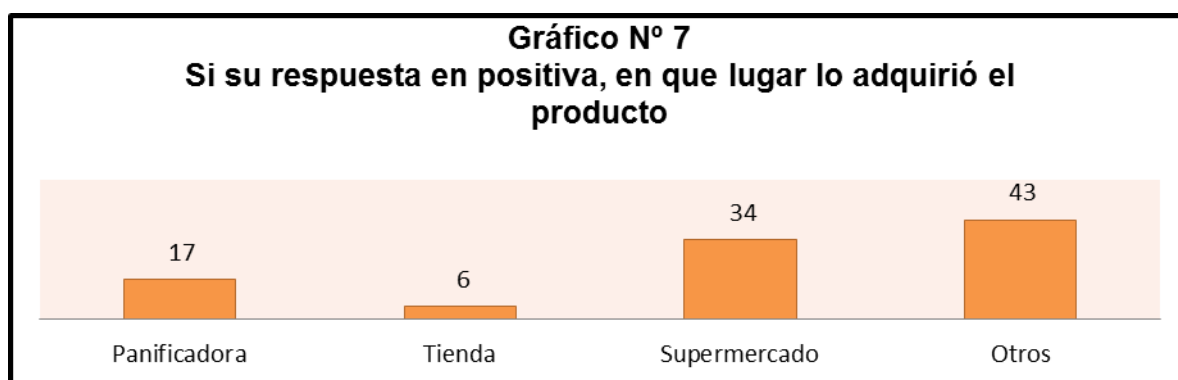
En el presente cuadro se puede indicar que la mayoría de encuestados no han consumido pan de soya, lo que en parte es beneficioso para el proyecto a desarrollarse, ya que hemos creado una necesidad para que las familias del cantón adquieran el producto, por su grado nutricional y vitamínico.

8. ¿Si su respuesta es positiva, en qué lugar adquirió el producto?

Cuadro N° 8		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Panificadora	6	17%
Tienda	2	6%
Supermercado	12	34%
Otros	15	43%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 34% manifestaron que adquieren el producto el supermercado, el 43% en centros naturistas, el 17% en panificadoras y el 6% de las familias lo han adquirido en tiendas.

En el presente cuadro se puede llegar a la conclusión que la PEA del cantón Catamayo en su mayoría adquirió el producto en centros naturistas y supermercados, lo cual es beneficioso por que no existe en su mayoría una empresa productora y comercializadora de pan de soya en el cantón.

9. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere de este producto?

Cuadro N° 9						
Cantidad	Punto Medio	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Total Anual
(1-5)	3	4	8	2	11	6180
(6-10)	8	1	5	0	1	5096
(11-15)	13		2	1		1690
(16-20)	18					0
TOTAL						12966

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.

Punto Medio	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
3	4380	1248	156	396
8	2920	2080	0	96
13	0	1352	338	0
18	0		0	0

Nota: En el presente cuadro indico que 4 familias adquieren tres unidades de pan de soya diario, por lo que al año ellas compran 4380 unidades de pan, la misma cantidad es consumida por 8 familias en forma semanal obteniendo al año una compra de 1248 unidades de pan, 2 familias adquieren 3 unidades quincenalmente obteniendo al año una compra de 156 unidades de pan y en forme mensual son consumidos 3 unidades por 11 familias lo que al año nos da 396 unidades de pan consumidos, por lo que para obtener el total anual de punto medio de tres unidades de pan consumidas sumamos el pan adquirido x cada familia en forma diaria semanal, quincenal y mensual lo cual nos da 6180, y así sucesivamente con los puntos medios faltantes.

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{\sum \text{Total Anual}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{12966}{35} = 370 \text{ panes.}$$

De las encuestas aplicadas se puede indicar que **3 panes**, son adquiridos diariamente por 4 familias, 8 familias compran semanalmente, 2 familias lo adquieren quincenalmente y 11 familias del cantón compran la misma cantidad en forma mensual, como también se puede señalar que **8 panes**, son adquiridos diaria y mensualmente por 1 familia y 5 familias compran semanalmente la cantidad señalada; mientras que **13 panes**, compran semanalmente 2 familias, y 1 familias compra quincenal.

En el cuadro presentado se puede observar que consumen gradualmente pan de soya, los encuestados nos respondían que es así el consumo, porque no tienen fácil acceso para la adquisición de este producto, y a su vez el precio en el que lo compran es un poco elevado.

10. ¿A qué precio lo adquiere al pan de soya?

Cuadro N° 10				
ALTERNATIVAS	PUNTO MEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL ANUAL
(0,20-0,25)	0,23	11	31	3
(0,26-0,30)	0,28	13	37	4
(0,31-0,35)	0,33	9	26	3
(0,36-0,40)	0,38	2	6	1
TOTAL		35	100,00	10

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.

Promedio

Precio = $\frac{\text{Promedio}}{\text{Número de Encuestas}}$

$$\text{Precio} = \frac{10}{35} = 0.28$$

De las encuestas aplicadas nos indicaron que el 31% lo adquiere al pan de soya en 0,23 centavos, mientras el 37% nos dijo que lo compraban en 0,28 centavos, el 26% lo adquirió en 0,33 centavos y el 6% en 0,38 centavos.

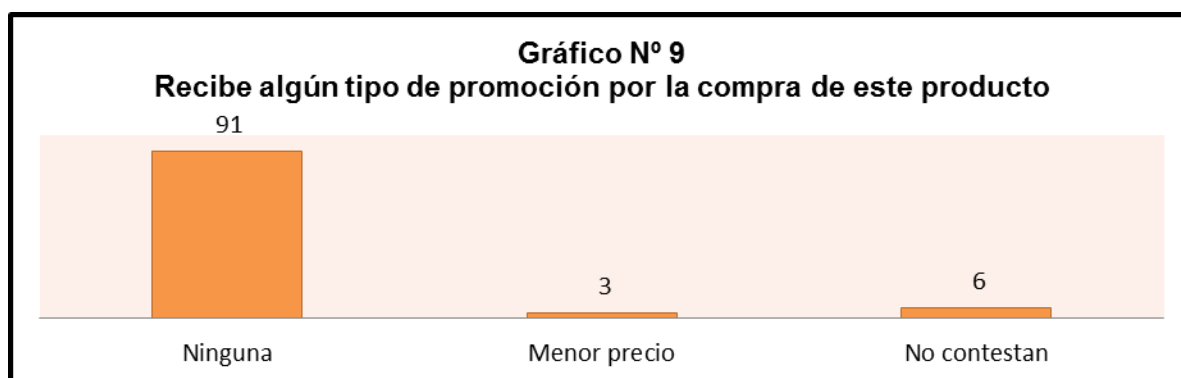
En el presente cuadro se puede manifestar que el resultado de las encuestas aplicadas a la PEA del cantón Catamayo, es beneficioso para nuestro proyecto, porque también nos ayuda a establecer un precio acorde a la economía de la población.

11. ¿Recibe algún tipo de promoción por la compra de este producto?

Cuadro N° 11		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	32	91
Menor precio	1	3
No contestan	2	6
TOTAL	35	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 91% nos señalo que no recibe ninguna promoción al momento de comprar este pan, mientras que el 6% no contestó y el 3% que le dan a menor precio.

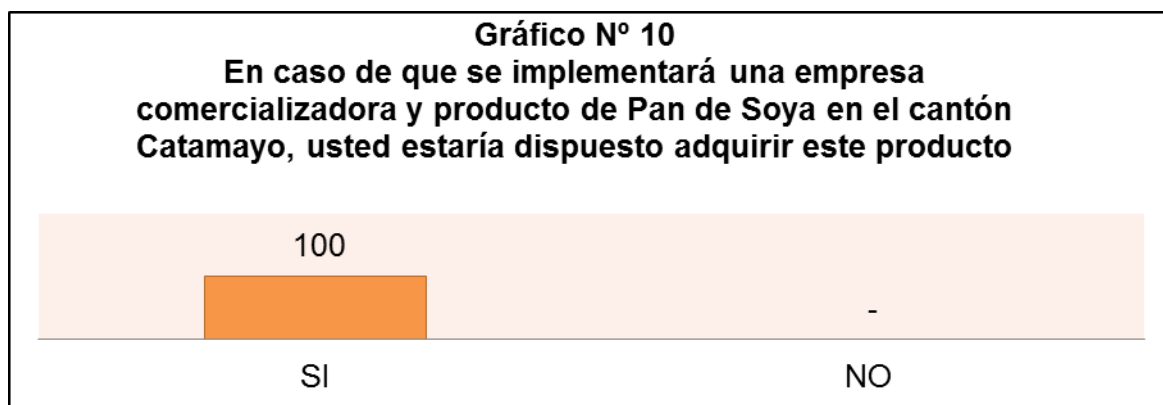
La presente interrogante, ayuda a establecer que la mayoría de consumidores no han recibido ningún tipo de promoción al momento de comprar el pan de soya, lo cual resulta beneficioso para el proyecto, porque brindando promociones se puede abarcar con más rapidez el mercado.

12. ¿En caso de que se implementará una empresa comercializadora y productora de Pan de Soya en el cantón Catamayo, usted estaría dispuesto adquirir este producto?

Cuadro N° 12			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
SI	35	100	
NO	0	-	
TOTAL	35	100	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 100% nos señalo que si comprarían el producto en caso de que se implementara una empresa productora y comercializadora de pan de soya.

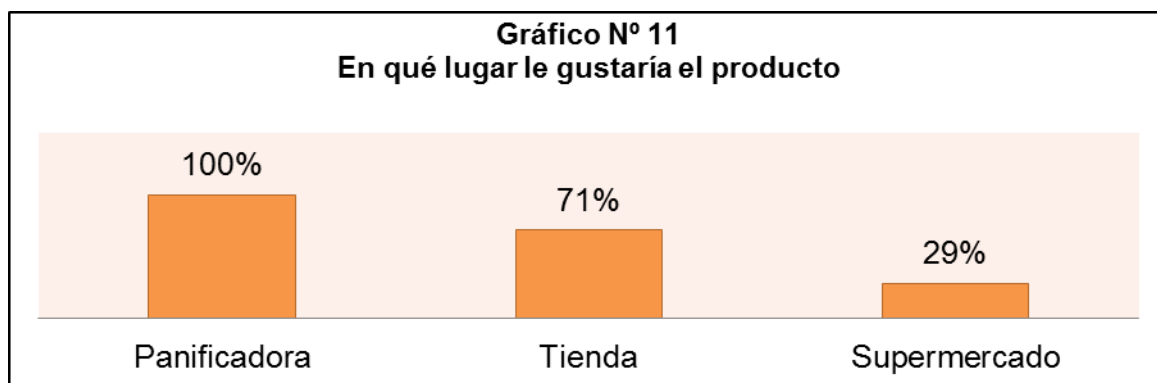
En el presente cuadro, se llega a la conclusión, de que si sería factible incrementar una empresa productora y comercializadora de pan de soya en el cantón e Catamayo.

13. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Cuadro N° 13			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Panificadora	35	100%	
Tienda	25	71%	
Supermercado	10	29%	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 100% manifestó que le gustaría adquirir el producto en la panificadora, el 71% señaló que en las tiendas y el 29% en el supermercado.

En el presente cuadro se puede indicar que a la población del cantón Catamayo le gustaría adquirir el producto en las panificadoras y tiendas del sector, porque se lo podría comprar con mayor rapidez.

14. ¿Qué cantidad de pan de soya consumiría usted semanalmente?

Cuadro N° 14			
Cantidad	Punto Medio	Semanal	TOTAL ANUAL
(1-5)	3	4	624
(6-10)	8	8	3328
(11-15)	13	23	15548
(16-20)	18	0	0
TOTAL		35	19500

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{\sum \text{Total Anual}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{19500}{35} = 557 \text{ panes}$$

De las encuestas aplicadas se puede manifestar que 25 de los encuestados comprarían semanalmente un promedio de 8 panes, mientras que 8 familias respondieron que adquirirían un promedio de 3 panes semanalmente, y 2 familias respondieron que consumirían 13 panes como promedio.

Como podemos ver las familias consumirían un promedio de 8 panes semanales, lo cual nos serviría para poder determinar la producción.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el pan de soya?

Cuadro N° 15				
ALTERNATIVAS	PUNTO MEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMEDIO
(0,20-0,25)	0,23	9	26	2
(0,26-0,30)	0,28	15	43	4
(0,31-0,35)	0,33	9	26	3
(0,36-0,40)	0,38	2	6	1
TOTAL		35	100,00	10

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.

$$\text{Precio} = \frac{\text{Promedio}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Precio} = \frac{10}{35} = 0.29$$

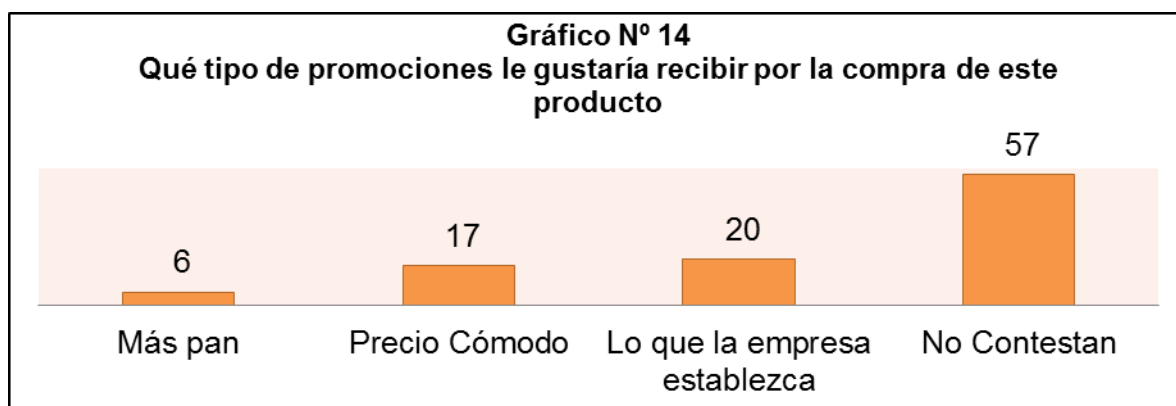
De las encuestas aplicadas 15 familias pertenecientes al cantón nos señalaron que están dispuestos adquirir el pan de soya en 0,28 centavos como promedio, 9 familias nos contestaron que estaría dispuesto a pagar 0,23 centavos, la misma cantidad de familias nos indicaron que pagarían 0,33 centavos y 2 familias pagarían 0,38 centavos.

16. ¿Qué tipos de promociones le gustaría recibir por la compra de este producto?

Cuadro N° 16			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Más pan	2	6%	
Precio Cómodo	6	17%	
Lo que la empresa establezca	7	20%	
No Contestan	20	57%	
TOTAL	35	100	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 57% no contestaron esta interrogante, mientras que el 20% contestó que la promoción se puede dar de acuerdo a lo que la empresa establezca, el 17% indicó que le gustaría recibir el producto a un precio cómodo y el 6% respondió que le gustaría recibir más pan.

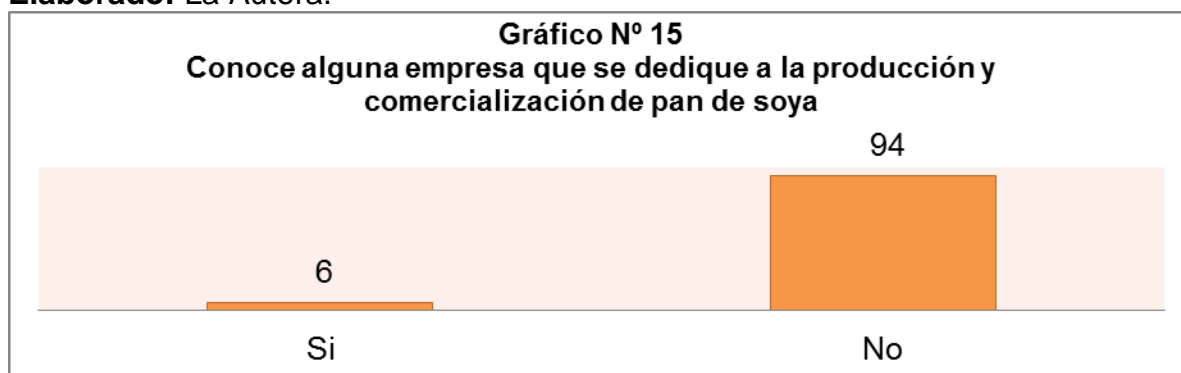
En el presente cuadro se puede indicar que la mayoría de las familias encuestadas no contestaron esta interrogante, porque nos indicaron que al momento de adquirir pan no brindan ningún tipo de promoción, por lo que es beneficioso para el presente proyecto, porque se podría implementar promociones para acaparar el mercado.

17. ¿Conoce alguna empresa que se dedique a la producción y comercialización de Pan de Soya?

Cuadro N° 17			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Si	2	6	
No	33	94	
TOTAL	35	100	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 94% de las familias encuestadas no conocen una empresa que se dedique a la producción y comercialización de Pan de Soya, mientras que el 2% tienen conocimiento de la elaboración de este producto.

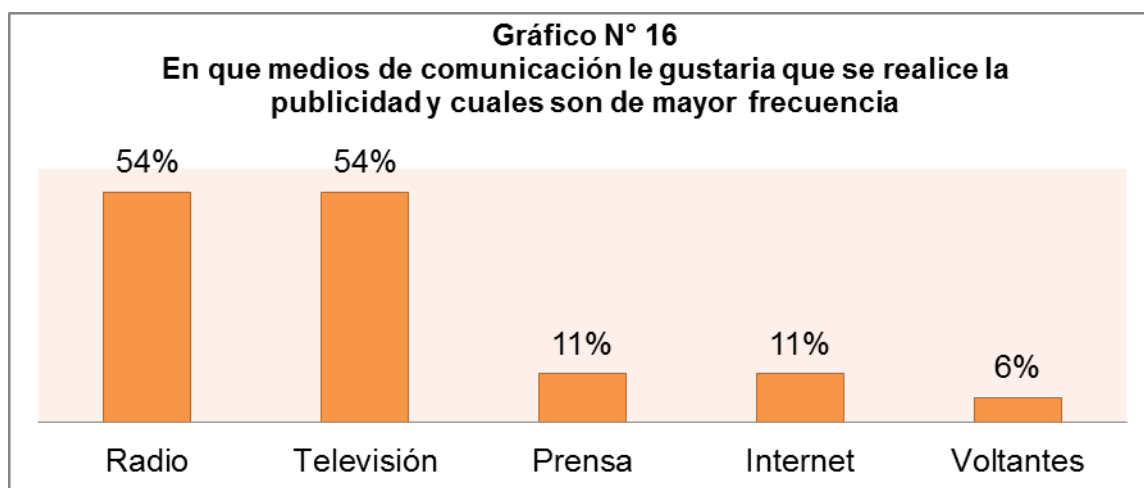
Se puede observar que la mayoría de las familias encuestadas, no conocen de una empresa que se dedique a esta producción, lo cual es rentable para el proyecto.

18. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se realice la publicidad y cuales son de mayor frecuencia?

Cuadro N° 18			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Radio	19	54%	
Televisión	19	54%	
Prensa	4	11%	
Internet	4	11%	
Volantes	2	6%	

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado: La Autora.



De las encuestas aplicadas el 54% de las familias encuestadas contestaron que sería rentable que la publicidad se la realice por medio de la televisión y la radio, mientras que el 11% señaló que también es adecuado por medio de la prensa y del internet, y el 6% que la realicen con volantes.

En el presente cuadro se indican que sería recomendable realizar la publicidad del producto en los medios de comunicación: televisión, (canal Ecotel y multicanal) y la radio (WG MILLENIUM, Boquerón). Los cuales son de mayor sintonía.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, es así que se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

La demanda se concibe como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar, para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

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

DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto el mercado.

Para determinar la demanda potencial proyectada para 5 años se utiliza como dato para el año cero el total de las familias del cantón Catamayo, provincia de Loja, y la proyectaremos para los siguientes años con la tasa de crecimiento de la población, que según el Instituto de Estadísticas y Censo INEC es del 1,40% anual para el cantón.

CUADRO N°19

PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL		
AÑO	POBLACION TOTAL 1,40%	FAMILIAS CANTON CATAMAYO N/4=#F
0	30638	7660
1	31067	7767
2	31502	7875
3	31943	7986
4	32390	8098
5	32844	8211
6	33303	8326
7	33770	8442
8	34242	8561
9	34722	8680
10	35208	8802
Fuente: Datos del Inec (Censo 2010)		
Elaboración: La Autora		

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o se utilizan de un determinado bien o servicio en el mercado.

Para determinar la demanda real se utilizara el siguiente procedimiento:

Según el cuadro Nro.7 de las 366 encuestas aplicadas el 10% consumen pan de soya, con un consumo de promedio anual de 370 panes.

CUADRO N°20

PROYECCION DE LA DEMANDA REAL		
AÑO	POBLACION POR FAMILIA	DEMANDA REAL 10%
0	7660	766
1	7767	777
2	7875	788
3	7986	799
4	8098	810
5	8211	821
6	8326	833
7	8442	844
8	8561	856
9	8680	868
10	8802	880
Fuente: Cuadro N° 7 encuestas Demanda		
Elaboración: La Autora		

DEMANDA EFECTIVA.

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Se determina tomando en consideración la pregunta ¿En caso de que se implementará una empresa comercializadora y productora de Pan de Soya en el cantón Catamayo, usted estaría dispuesto adquirir este producto?, dándonos como respuesta que el 100%.

**CUADRO NRO. 21
DEMANDA EFECTIVA**

PROYECCION DE LA DEMANDA EFECTIVA				
AÑO	DEMANDA REAL 100%	DEMANDA EFECTIVA 100%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL POR FAMILIAS	PROYECCION DE LA DEMANDA EFECTIVA TOTAL ANUAL
0	766	766	557	426744
1	777	777	557	432718
2	788	788	557	438776
3	799	799	557	444919
4	810	810	557	451148
5	821	821	557	457464
6	833	833	557	463868
7	844	844	557	470362
8	856	856	557	476948
9	868	868	557	483625
10	880	880	557	490396
Fuente: Cuadro N°12 Encuestas Demanda				
Elaboración: La Autora				

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta puede definirse como la cantidad de productos que los oferentes están dispuestos a entregar en el mercado local a un determinado precio.

En el cantón Catamayo, provincia de Loja existen 8 locales comerciales que expenden el producto (pan), 3 de ellos lo producen y los 5 restantes como autoservicios, tiendas y micro mercado lo comercializan, es por ello que se realizó la investigación para saber cuántas unidades de pan venden anualmente estos establecimientos.

.Para consultar a los oferentes de acuerdo a lo establecido en la metodología, se realizó 8 encuestas a los dueños de los establecimientos comerciales dedicados a la venta de este producto.

1. ¿Qué cantidad de pan vende usted diariamente?

CUADRO NRO. 22

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	XM	F(XM)	CONSUMO ANUAL	%	CONSUMO PROMEDIO
(001-200)	2	101	201	73365	25%	
(201-400)	5	301	1503	548413	63%	109683
(401-600)	0	501	0	0	0,0%	
(601-800)	1	701	701	255683	13%	
TOTAL	8		2404	877460	100%	

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{\sum \text{Total Anual}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{877460}{8} = 109683$$

De las 8 encuestas aplicadas a los proveedores del cantón Catamayo, el 63% vende un promedio de 301 panes, el 25% vende 101 panes y el 13% vende 701 panes.

De tal manera que podemos indicar que la venta del pan es alta, lo cual es rentable para el proyecto, porque se puede acaparar el mercado.

2. ¿Cuál es el precio de venta del pan?

CUADRO N° 23

ALTERNATIVA	PUNTO MEDIO	FRECUENCIA	%	TOTAL ANUAL	PRECIO PROMEDIO
(0,20-0,25)	0,23	8	100	2	0,23
(0,26-0,30)	0,28	0	-	0	
(0,31-0,35)	0,33	0	-	0	
(0,36-0,40)	0,38	0	-	0	
TOTAL		8	100	2	

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{\sum \text{Total Anual}}{\text{Número de Encuestas}}$$

$$\text{Consumo Promedio} = \frac{2}{8} = 0.23$$

Los 8 proveedores venden el pan en un promedio de 0,23 centavos, se puede indicar que el precio del pan está acorde con la economía de las familias, lo cual nos ayuda para establecer el precio del nuevo producto a presentarse, pan de soya.

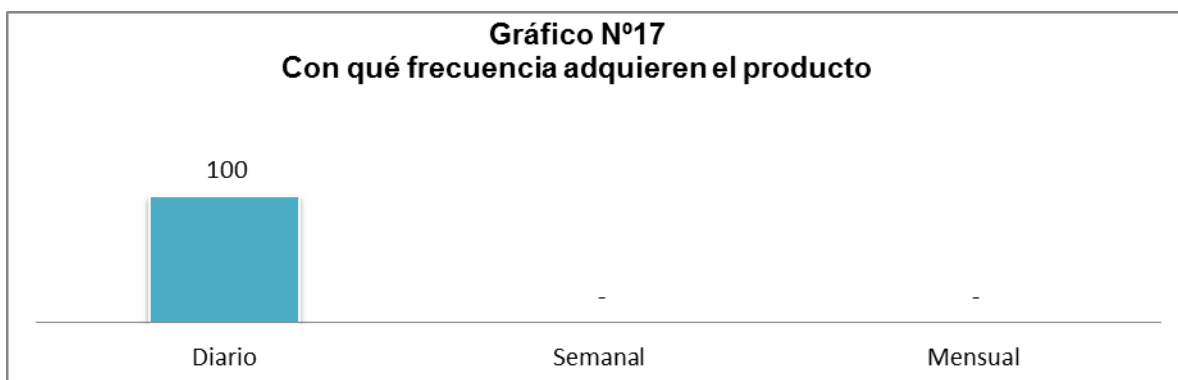
3. ¿Con qué frecuencia adquieren el producto?

CUADRO N° 24

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	8	100
Semanal	0	-
Mensual	0	-
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora



Los 8 proveedores venden el pan diariamente, por lo que se indica que la venta de pan es a diario, lo cual es beneficioso para nuestro producto, al momento de coordinar las ventas.

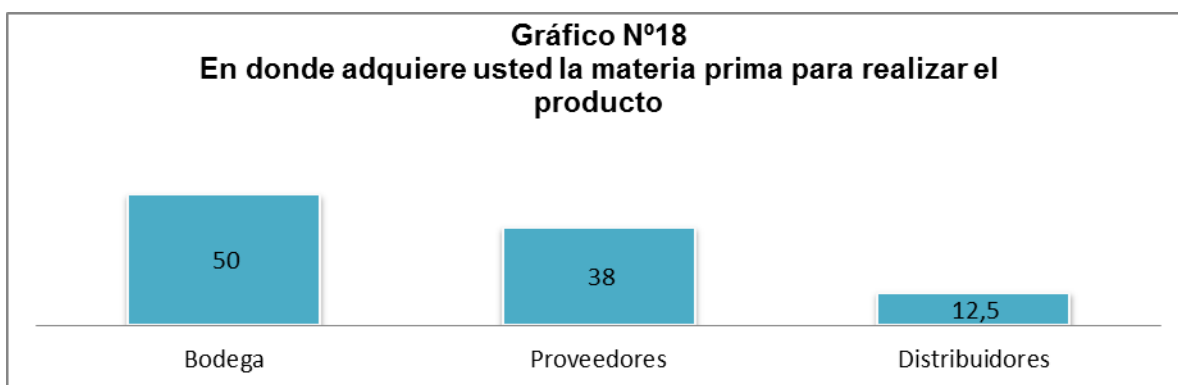
4. ¿En dónde adquiere usted la materia prima para realizar el producto?

CUADRO N°25

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bodega	4	50
Proveedores	3	38
Distribuidores	1	12
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora



El 50% de los vendedores de pan adquieren la materia prima en las bodegas, el 38% lo adquiere cuando los proveedores los visitan y el 12% directamente con el distribuidor, esta interrogante nos ayuda para establecer los puntos de compra al momento de adquirir la materia prima.

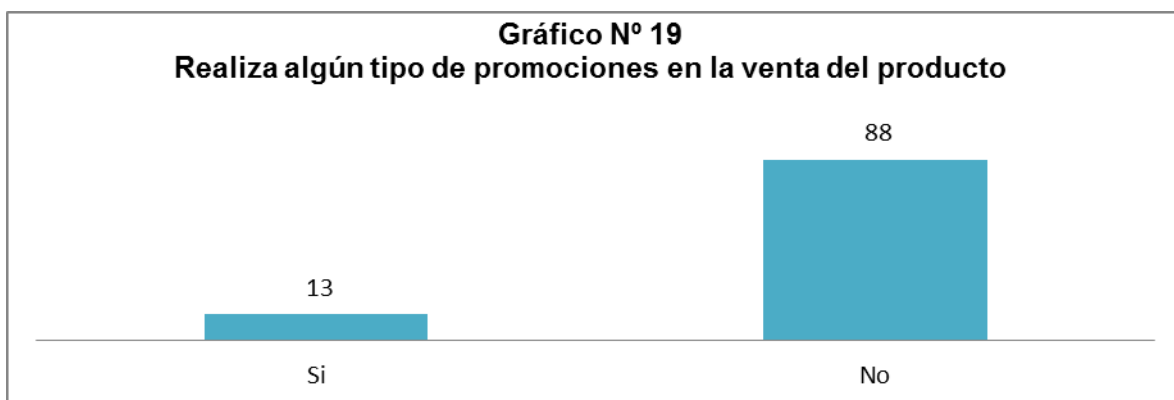
5. ¿Realiza algún tipo de promociones en la venta del producto?

CUADRO N° 26

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	13
No	7	88
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora



El 88% de los productores de pan no realizan promociones, mientras que el 13% si aplica promoción. El presente cuadro se indica que la mayoría no realiza promociones al momento de vender el producto, lo cual nos ayuda al momento de establecer promociones para la venta del pan de soya.

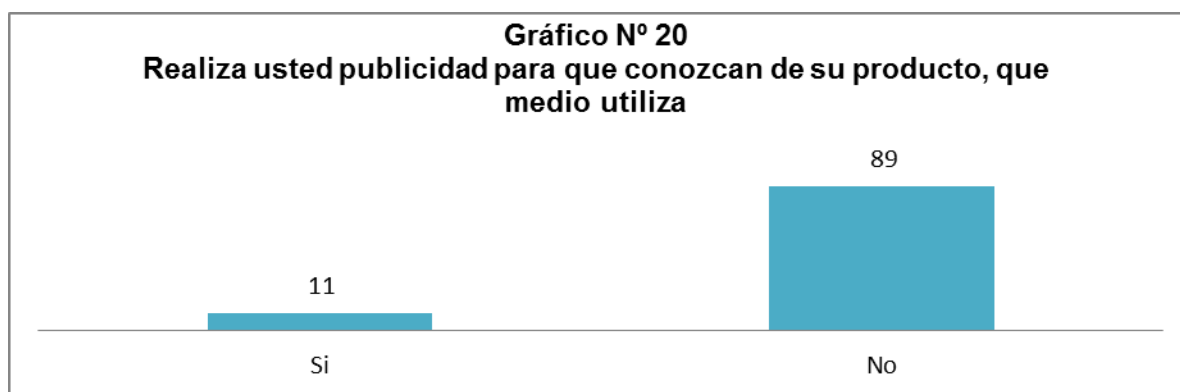
6. ¿Realiza usted publicidad para que conozcan de su producto, que medio utiliza?

CUADRO N° 27

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	11
No	8	89
TOTAL	9	100

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora



El 89% de los productores de pan no tienen publicidad, mientras que el 11% nos manifestó que realiza degustación del pan que ofrece a la población catamayense.

En el presente cuadro se puede señalar que no realizan publicidad los propietarios de las productoras de pan, por lo cual resulta conveniente al momento de dar a conocer el producto.

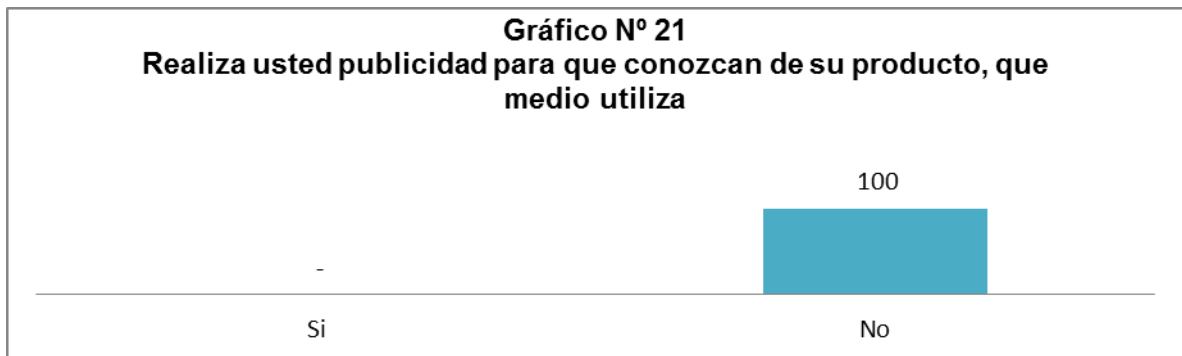
7. ¿Usted vende Pan de soya?

CUADRO N° 28

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	-
No	8	100
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta a proveedores

Elaborado: La Autora.



El 100% de los fabricantes de pan no producen pan de soya.

DEMANDA INSATISFECHA

En el cuadro Nro. 21 se determina la proyección de la demanda efectiva para los cinco primeros años del proyecto; y en el cuadro Nro. 22 se encuentra la oferta actual en el mercado; por lo tanto siguiendo el procedimiento señalado tenemos que la demanda efectiva para el año base es de 426.744 unidades de pan; además existe una oferta de 109.683 unidades de pan al año y una demanda insatisfecha de 323.035 unidades de pan.

CUADRO NRO. 29

PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	OFERTA ANUAL INCREMENTO 25,70%	DEMANDA INSATISFECHA
0	426744	109683	323035
1	432718	111209	327568
2	438776	112765	332153
3	444919	114344	336804
4	451148	115945	341519

Fuente: Cuadros Nro. 21 y 22

Elaboración: La Autora

g. DISCUSIÓN.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

La comercialización del pan de soya generará una transacción económica entre la producción y el consumo de la misma; recalcando que beneficiará al sector productivo, agrícola y a terceros; y disminuye los problemas que tiene el agricultor al no poder vender su materia prima e incentivará a aquellas partes que ha dejado de creer en la agricultura. Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda efectiva, la competencia y según el crecimiento de los consumidores.

PRODUCTO

El producto que se va a elaborar es “PAN DE SOYA”, él mismo que contiene proteínas y carbohidratos su consistencia es sólido y es obtenido a partir de la harina de soya, se lo debe consumir en un tiempo no mayor a cinco días.

La marca del pan de soyaserá “**El Pancito**”, este nombre evoca la idea de un pan suave, de buen sabor; elaborado a base de harina de soya. La razón social de la empresa será “**EL PANCITO CIA.LTDA**”.

Grafico Nro. 21



Elaboración: La Autora

CARACTERISTICAS DEL PAN DE SOYA SON LAS SIGUIENTES:

Tamaño: 5 centímetros de largo y 4 centímetros de alto.

Forma: Circular

Peso: 2 onzas antes de introducirlo al horno y 2 onzas cuando el pan está terminado.

Contenido: Agua, Harina de soya, harina de trigo, levadura de cerveza, azúcar, sal, huevos,

Color: Canela.

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 adecuada 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

PLAZA.

Es la distribución del producto hasta el consumidor final. La producción y comercialización del pan de soya está dirigido a toda la población de la ciudad de Loja, ubicándonos en un lugar estratégico, el cual sea visitado por nuestra

gente, y así obtener un buen comienzo para dar a conocer nuestro producto y nuestra empresa.

Grafico Nro. 22



PROMOCIÓN.

La promoción nos ayuda a transmitir y comunicar a los clientes las cualidades y beneficios que el producto brindará para satisfacer sus necesidades e incrementar la posibilidad de compra. Es decir es un mecanismo de transmisión de información en donde el cliente actúa como receptor y la empresa como emisor, dando como resultado un cliente informado del producto que desea adquirir que le permita una compra satisfactoria.

Nuestra empresa con el objetivo de dar a conocer el producto utilizará los diferentes medios de comunicación con mayor sintonía en la ciudad de Loja, con anuncios televisivos en el Canal de Televisión Ecotel los días lunes, jueves y sábados desde las 19h45 a 21H00 a través es spot publicitarios de 45

segundos con el slogan **ESLOGAN: SALUD CALIDAD Y NUTRICION AL ALCANZE DE SU MANO.**

En la radio la publicidad se la hará a través de las radios con mayor aceptación en la ciudad estos son: radio WG MILLENIUM y Radio Boquerón, en donde se trasmitirá un spot publicitario de 55 minutos de duración 2 veces por día, de miércoles a domingo.

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

Además se realizara degustaciones del producto en lugares estratégicos del cantón; también se entregara 2 pancitos gratis por la compra de 10 de los mismos y adicionalmente también se darán obsequios como esferos y limpieones de cocina en el primer mes de lanzamiento del producto.

ESTRATEGIAS DE VENTA.

Las estrategias de ventas son un elemento fundamental en el éxito de cualquier negocio. Una buena estrategia nos indicará el camino a seguir.

Es un elemento esencial de gestión del negocio que abarca las funciones de producción y ventas. Se encarga de dirigir el resto de las tareas que existe en la organización. Es un momento como el actual, en el que la competencia es cada vez más intensa, el área de ventas es muy importante para la competitividad de la empresa.

Entre las principales estrategias se encuentran las siguientes:

Cuadro Nro. 30: Estrategias Comerciales

Estrategia	Actividad	Objetivos
Degustaciones	Presentación del producto elaborado.	Dar a conocer el producto en el mercado meta.
		Que el consumidor pruebe la calidad y sabor del producto.
Promociones	Por la compra de 10 panes, se obsequiara 2 más.	Generarme mayores ventas
		Incentivar al consumidor para realizar mayores compras.
Publicidad	Mostrar el producto por medio de propagandas televisivas, ubicación de afiches con nuestra marca.	Exponer las características y beneficios del producto para atraer consumidores.
Descuentos	Precios por introducción del producto en mercado meta (intermediarios)	Dar a conocer el pan de soya al consumidor final.

Fuente: Tabulación y Análisis de Información

Elaboración: La Autora

ESTUDIO TECNICO

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

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto objeto de estudio, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

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

Capacidad teórica

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como temperatura, altitud, humedad, etc., que compone el medio ambiente en el que se instala la máquina; esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida la máquina de la fábrica es muy difícil instalarla en los lugares que reúna las condiciones en la que esta máquina fue diseñada y construida.

El componente tecnológico Horno de Acero Inoxidable está de acuerdo a las condiciones climáticas y a la producción que se necesita para poder cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha, su capacidad es de producir 160 panes cada hora, puede laborar 10 horas seguidas, luego se recomienda dar mantenimiento a la máquina.

Grafico Nro. 23



Fuente: Frigoríficos y Equipos de Gastronomía FRITEGA S.A.

Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción que puede alcanzar el componente máximo tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir. Durante el periodo de vida de la empresa se mide en número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

La maquinaria del proyecto tendrá una capacidad instalada que la empresa pueda cubrir, de acuerdo a sus instalaciones y en base a la materia prima disponible para producir durante todo el año. . La capacidad de producción será de 1280 panes diarios que se multiplica por 6 días que se opera a la semana y por 52 semanas, nos determina que la maquina tiene una capacidad de producción de 399,360 panes al año lo cual constituye el 100% de la producción de la maquinaria, es decir se cubre la demanda insatisfecha y sobrepasa el porcentaje.

Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento a nivel de la producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se deja cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente inferior a la capacidad instalada en los primeros años y posteriormente luego de haber transcurrido medio periodo de la vida de empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

Se contempla que en el año de arranque de operaciones, la planta productora de pan de soya, que se planea se instale en el cantón Catamayo, provincia de Loja. Opere al 75% de su capacidad, por lo que se estima un volumen de 300480 panes al año.

Estimando que para el quinto año, la capacidad utilizada de la planta productora de pan de soya, llegara al 95%, es decir trabajara a un buen porcentaje de su capacidad de diseño.

En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 5 años de vida útil del proyecto.

**CUADRO NRO. 31
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

PERIODO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	
		PORCENTAJE	CANTIDAD A PRODUCIR
1	299520	75%	224640
2	299520	80%	239616
3	299520	85%	254592
4	299520	90%	269568
5	299520	95%	284544

Elaboración: La Autora

Localizaciones de la planta

Consiste en la selección del lugar donde debe ubicarse una planta, de acuerdo con la naturaleza de la misma. La localización de la planta puede tener influencia sobre la inversión y costes operativos, además algunos aspectos del diseño de operación.

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante es su éxito o fracaso por cuanto de ello dependerán la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo para trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar(colegios, entretenimientos etc.). Además de variables de índole económica el evaluador del proyecto debe incluir en su análisis variables estratégicas de desarrollo a futuro, para cambiar su destino y factores emocionales de la comunidad entre otros.

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido del proyecto como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad la selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos el de la macro localización donde se define la región o zona y el de la micro localización que determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

Macro localización

La empresa productora y comercializadora de pan de soya el Pancito, estará ubicada en la Región Sur del Ecuador, específicamente en el cantón Catamayo, provincia de Loja; puesto que está se ubica en un sector donde no existe competencia alguna y así nos permitirá ofrecer un producto de calidad.

Grafico Nro.24
Mapa de la provincia de Loja
Ciudad de Loja



CANTON CATAMAYO

Factores de localización

Constituye todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa entre estos factores tenemos:

- **Servicios Básicos.**

La cabecera cantonal dispone de los siguientes servicios básicos: agua potable, alcantarillado sanitario en regular estado, energía eléctrica y telefónica.

- **Vías de Acceso**

En la ubicación del proyecto dispone de vías de comunicación de segundo y tercer orden, facilitando el transporte tanto de la materia prima como de los insumos y el producto terminado.

- **Materia Prima.**

La materia prima que se va utilizar para el proceso del productivo se encuentra en lugares cálidos como es el cantón Catamayo.

- **Mano de Obra.**

La mano de obra si existe en el cantón Catamayo se la realizara previo una selección de personal para determinar las capacidades y habilidades y destrezas llegaran a forma parte de nuestra empresa; se utilizará mano de obra para las funciones operativas. La instalación de la empresa aportará al desarrollo socioeconómico.

- **Regulaciones legales.**

La empresa ha implementarse no causara ningún daño en cuanto a la contaminación del medio ambiente ya que es un producto natural. Por lo tanto no existirá ningún problema al momento de adquirir los permisos correspondientes para su implementación.

- **Cercanía al mercado.**

La empresa estará ubicada dentro del cantón, para que haya más facilidad de adquirir el producto por parte de los consumidores.

- **Viabilidad técnica**

La maquinaria que utilizará la empresa para el proceso productivo está diseñada y elaborada acorde las condiciones del lugar donde se la ubicará.

- **Viabilidad ambiental**

La maquinaria que se utilizará para el proceso del producto no afectara al medio ambiente.

Costo de Alquiler de local y edificaciones

- Alquiler de local.

La empresa para el normal funcionamiento de sus actividades, requiere de un local amplio para su buen funcionamiento, por el cual se pagara en forma mensual un costo de \$400.00

- Edificaciones.

En cuanto a las edificaciones se tendrá la construcción del área administrativa donde se utilizará 100 m², con un precio de \$200 y el área productiva con 200m² con un precio de \$100.

- Entorno y existencias de sistemas de apoyo.

Es el apoyo para implementación del macro entorno factores externos.

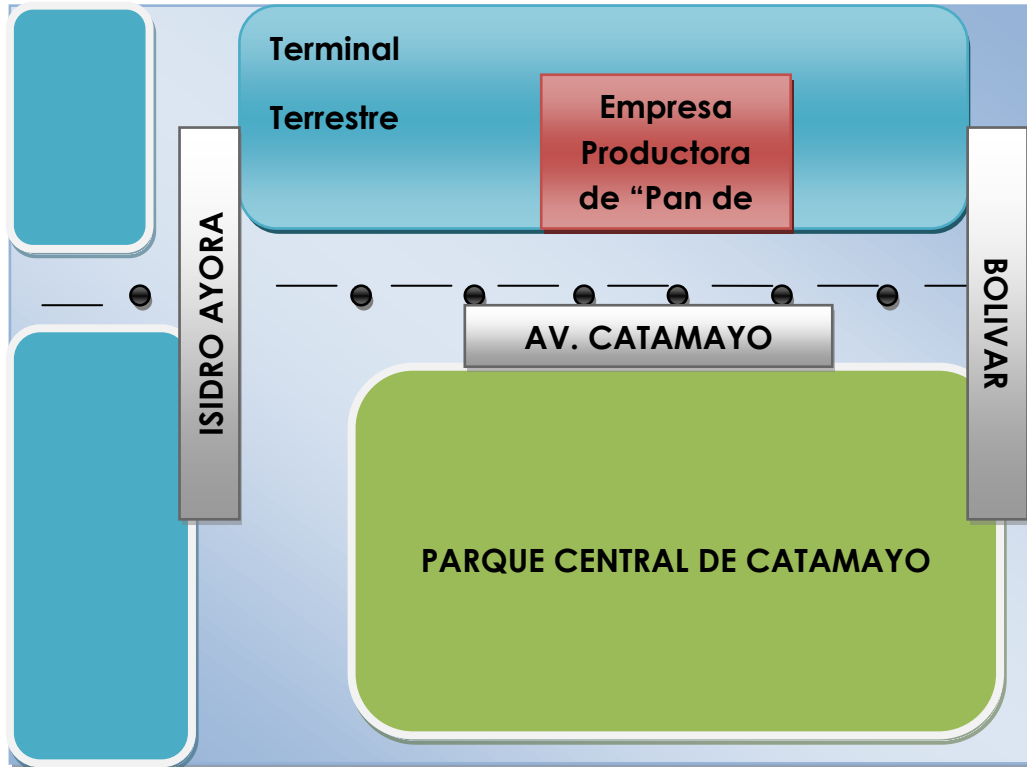
- Transporte.

La empresa contará con su propio vehículo, destinado para el traslado de la materia prima, insumos y el producto terminado a los centro de abasto.

Micro localización

La empresa productora y comercializadora de pan de soya “El Pancito”, donde contará con todos los servicios básicos indispensables como calles asfaltadas, energía eléctrica, agua potable, seguridad, entre otras. Debemos recalcar que hemos ubicado la empresa en este sector por la gran afluencia de habitantes.

Grafico Nro. 25
Micro localización de la planta productora de pan de soya.



Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y el equipo necesario.

Componente Tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias del mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta ni muy baja (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

La maquinaria que utilizara la empresa se describe y clasifica a continuación:

1. **BATIDORA**

Esta máquina nos servirá para el mezclado de la materia prima.



2. **HORNO CON LEUDADORA**

Esta máquina es para leudar y hornear el pan y que sea un producto terminado.



3. **ESPIGUEROS**

Esta herramienta nos servirá para poner el pan y pueda enfriarse para el almacenamiento.



4. **Vitrinas**

Estas herramientas nos servirán para poder exhibir el pan de suelo a los clientes.

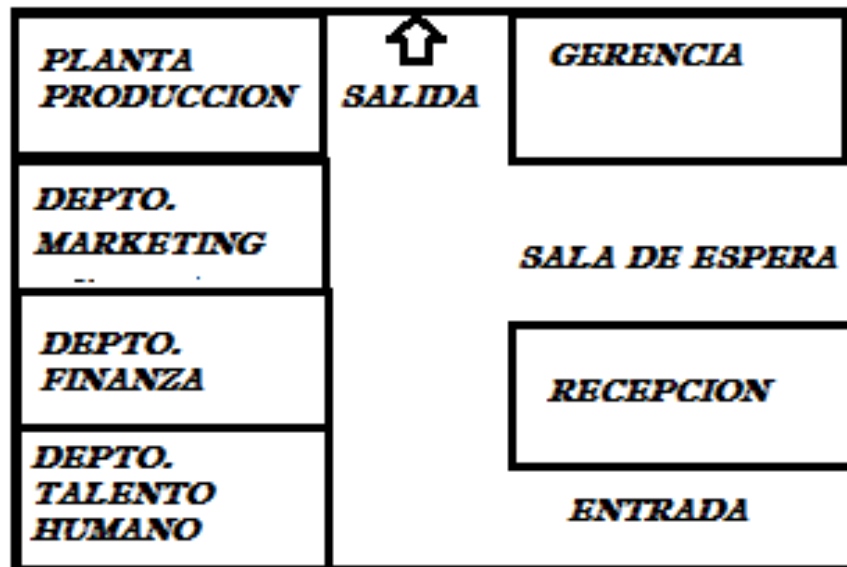
**CUADRO N° 26
FUNCIONES DE LA MAQUINARIA**

CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES
1	Batidora	<ul style="list-style-type: none"> • Construida en Acero Inoxidable para las partes en contacto con la comida • Resistente a la oxidación • Con todas sus partes desmontables para facilitar su limpieza. • Incluye tazón y accesorios (Mezclador, Amasador y Batidor). • Velocidades de 91-64-294 RPM • Capacidad de 20 lts.
1	Horno y Leudadora	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño de bandeja 660x460 • Número de bandejas 10 • Consumo de gas GLP (Kg/h) 1.6 - 1.8 • Potencia Eléctrica (kw/h) 0.8 • Altura (C) (mm) 1890 • Ancho (A) (mm) 1050 • <u>con el sistema rociador y vaporizador</u>, esto para que el producto a la hora de su horneado crezca más, tenga un bonito color y crujiente por encima.
10	Espiguero	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricados con ángulo para tener mayor funcionalidad al trabajar con charolas. Llantas giratorias • Agarraderas laterales • Pintura esmaltada.
4	Vitrina de vidrio	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrador expositor en vidrio curvo estantes en cristal y puertas corredizas.

Infraestructura Física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

**Grafico Nro. 27
Infraestructura Física**



Distribución de la maquinaria en la planta

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económicas la operación de la planta cuidando además de las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Para la óptima distribución de la planta se debe considerar los siguientes aspectos:

Control.- Todos los componentes necesarios para el proceso productivo deben permitir su control para el trabajo armónico.

Movilización.- Todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo libre circulación de personal sin interrumpir otras operaciones.

Distancia.- El flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos y movimientos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia.

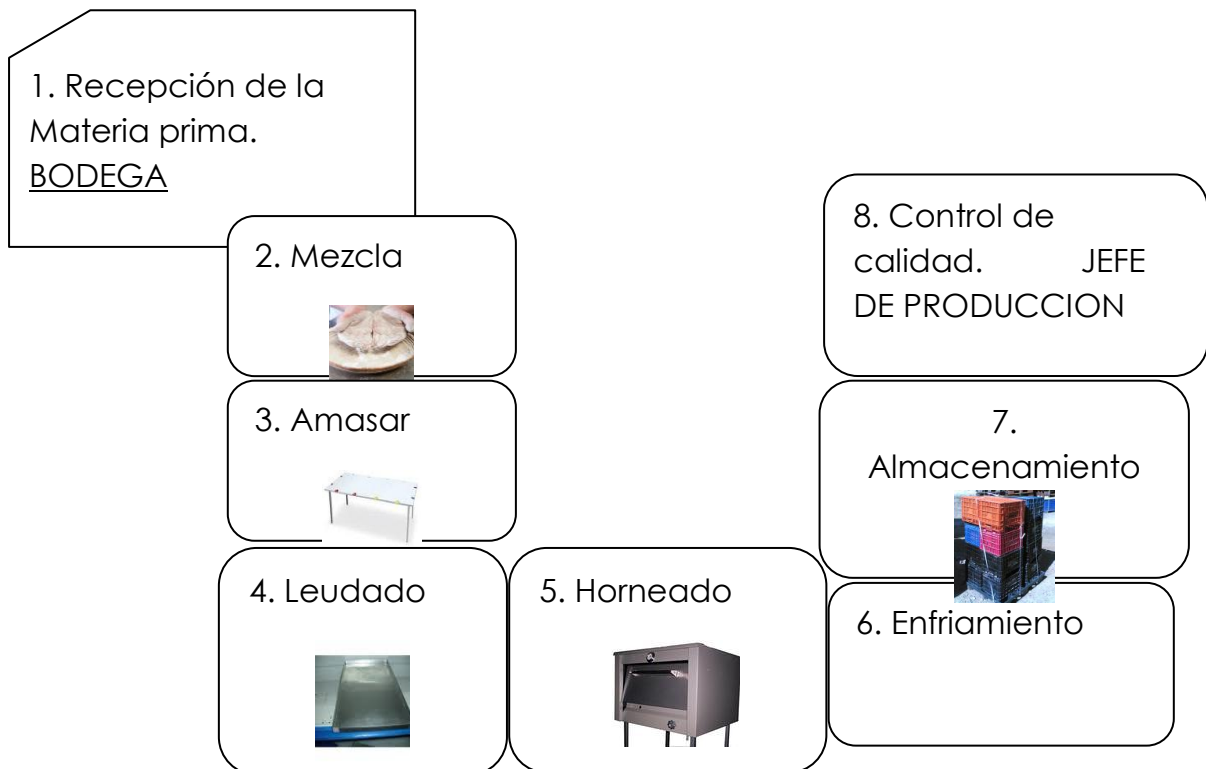
Seguridad.-Todas las operaciones deben ejecutarse en condiciones que garanticen máxima seguridad al trabajo.

Espacio.- El espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones sino tridimensional.

Flexibilidad.- La distribución debe realizársela de manera que pueda ajustarse cuando las condiciones lo requieran sin obstaculizar el trabajo.

Globalidad.- La distribución debe permitir la integración de todos los procesos en un mismo ámbito.

Grafico Nro. 28
Distribución de la maquinaria en la planta



Proceso de producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso.

Para la extracción del aceite de maní se sigue el siguiente proceso de producción:

- a) **Recepción de la materia prima y Control.**- Aquí se receipta la Harina de soya, la Harina de trigo y la levadura de cerveza, ubicándola en la bodega y constatando que se haya adquirido la cantidad solicitada.
- b) **Selección de la materia prima.**- De los productos que se tiene en bodega se proceden a medir las cantidades que serán necesarias para producir.
- c) **Mezcla y amasado de ingredientes:** Luego de medir las cantidades procedemos a mezclar y amasar todos los ingredientes hasta obtener una mezcla homogénea.
- d) **Dejar reposarla mezcla amasada.** Una vez de amasar se procede a dejar en reposo la masa debidamente tapada.
- e) **División de la mezcla en porciones.**- El paso siguiente consiste en cortar pequeños trozos y formar los panecillos para posteriormente dejarlos en reposo por una hora.
- f) **Horneado de los panecillos.**-Aquí procedemos a cocinar a fuego moderado los panecillos.
- g) **Control de calidad.**- Luego de realizar el proceso productivo hacemos el control respectivo del horneado de los panes.

h) **Almacenamiento.**- Una vez realizado el control de calidad almacenamos el producto en las gavetas para proceder a distribuir el producto terminado a los diferentes puntos de venta de la localidad.

Diseño del producto

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características y condiciones que el consumidor desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad.

La nueva empresa debe presentar el producto con un diseño efectivo considerando los gustos y preferencias de los demandantes, por lo tanto el nuevo producto debe tener las siguientes características.

Grafico Nro. 29

Presentación del Diseño del Producto.















Flujograma de proceso

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso productivo.

CUADRO NRO. 30

FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA LA PRODUCCION DE 720 PANES DE SOYA DIARIO.

FASES	OPERACIÓN	INSPECCION	OPERACIÓN DE INSPECCION	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCION DEL PROCESO. (ACTIVIDAD)	TIEMPO Minutos	DÍAS LABORABLES	MINUTOS AÑO	HORAS año
1							Recepción de Materia Prima.	50	312	15600	260
2							Almacenamiento de la materia prima	50	312	15600	260
3							Entrega de Materia Prima al operario.	30	312	9360	156
4							Verificación de la Materia Prima.	40	312	12480	208
5							Mezclado de ingredientes.	60	312	18720	312
6							Amasar la mezcla	60	312	18720	312
7							Dividir la masa en porciones.	45	312	14040	234
8							Leudado.	60	312	18720	312
9							Horneado.	30	312	9360	156
10							Enfriamiento.	40	312	14040	208
11							Almacenamiento.	45	312	14040	234
12							Control de calidad	45	312	14040	234
	5	1	1	3	1	2	TOTALES		4380	173160	2886

Fuente: Proceso Productivo

Elaboración: La Autora

SIMBOLOGÍA



Producción diaria = 720 pan de soya.

Producción semanal = $720 \times 6 = 4.320$ pan de soya.

Producción anual = $4.320 \times 52 = 224.640$ pan de soya.

Calculo de la mano de obra directa necesaria para el proyecto

Para producir 224640 panes de soya en el primer año, es necesario calcular la mano de obra directa que estará involucrada en el proceso productivo. Partiendo de que un trabajador puede laborar 2496 horas al año y considerando el proceso productivo necesario para la elaboración del producto, se puede determinar cuántos trabajadores serán necesarios para la producción de pan de soya para el primer año.

Cuadro Nro. 31
Tiempo necesario para el proceso productivo en horas al año

DESCRIPCION DEL PROCESO.	TIEMPO Minutos	DIAS LABORABLES	MINUTOS AÑO	HORAS año
Recepción de Materia Prima.	50	312	15600	260
Almacenamiento de la materia prima	50	312	15600	260
Entrega de Materia Prima al operario.	30	312	9360	156
Verificación de la Materia Prima.	40	312	12480	208
Mezclado de ingredientes.	60	312	18720	312
Amasar la mezcla	60	312	18720	312
Dividir la masa en porciones.	45	312	14040	234
Leudado.	60	312	18720	312
Horneado.	30	312	9360	156
Enfriamiento.	40	312	12480	208
Almacenamiento.	45	312	14040	234
Control de calidad	45	312	14040	234
Limpieza de utensilios	20	312	6240	104
Mantenimiento de Piso	20	312	6240	104
Limpieza de Maquinaria	30	312	9360	156
TOTALES		4380	195000	3250
				1,302

Fuente: Proceso Productivo

Elaboración: la Autora

Como se puede observar se necesita 3250n horas al año, para producir 224640panes de soya, por lo tanto es necesario que en el área de producción laboren dos personas entre personal calificado y no calificado.

Además para el desarrollo de todas las actividades de la organización es necesario que se contarte personal para el área administrativa y ventas.

1. Mano de Obra Directa

- Un Jefe de Producción
- 2 obreros

2. Mano de Obra indirecta

- Estibador

3. Administración

- Gerente general
- Secretaria- Contadora

4. Ventas

- Un vendedor

Necesidad de materia prima directa

Para elaborar 246640 pan de soya es necesario, 163 qq de harina de trigo y 57 qq de harina de soya, 7 qq de manteca y 4 qq de levadura, 18 cubetas de huevos.

ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZACIONAL

Aspectos Legales y Organizacionales.

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 Internos y otras Leyes.

- Aspectos Legales.

La empresa se constituirá como responsabilidad limitada, porque la responsabilidad financiera de una persona se limita a una suma fija, lo más comúnmente posible el valor de la inversión de una persona en una compañía o sociedad de responsabilidad limitada. El accionista en una compañía de responsabilidad limitada no es personalmente obligado para cualesquiera de las deudas de la compañía, con excepción para del valor de su inversión en esa compañía. Igual es verdad para los miembros de una sociedad de la responsabilidad limitada y los socios limitados en una sociedad limitada.

La compañía al sustituir 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 correspondan.

Razón Social: La razón social de la Empresa productora y comercializadora de pan de soya, será **“EL PANCITO. CIA LTDA”**.

Domicilio: La Empresa estará ubicada en el cantón Catamayo, provincia de Loja, cercaal Terminal Terrestre Reina el Cisne, en el centro de Catamayo, en las calles Av. Catamayo entre Bolívar e Isidro Ayora.

Capital Social: El capital social de la Compañía, será de \$ 7.017.63, que serán aportados por 2 socios, con un capital individual de \$ 3.508.81, pagaderos de acuerdo a la ley.

Objeto Social: La Empresa se dedicará a la producción de pan de soya.

Duración: La Empresa tendrá una duración de 5 años que será desde su fecha de inscripción en el Registro Mercantil.

Aspectos Organizacionales

Los aspectos organizacionales están relacionados con toda la estructura organizacional de una empresa la cual permite conocer las políticas, niveles jerárquicos objetivos, estrategias, estructura; que nos ayudará a conocer de forma global su funcionamiento y lograr cumplir con éxito lo planificado.

- Niveles Jerárquicos

o Nivel Administrativo

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

o Nivel Legislativo.-

En la 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 reglamento, ordenanzas, resoluciones, etc., 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 su fiel cumplimiento.

- **Nivel Asesor.-**

Conformado por la asesoría Jurídica y Comisiones de Mesa, Gerencias Administrativas; Financiera, Técnica, Comercial y Auditoría Interna; son los encargados de presentar informes de asesoría para la toma de decisiones del gerente General; las Gerencias Técnicas, Administrativa, Financiera y Comercial; Ayudan administrativamente como segundas autoridades en el ámbito de cada una de ellas

- **Nivel Auxiliar.-**

Lo integran todos los funcionarios de apoyo administrativo en este caso como: Secretaria, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

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

- **Nivel Operativo.-**

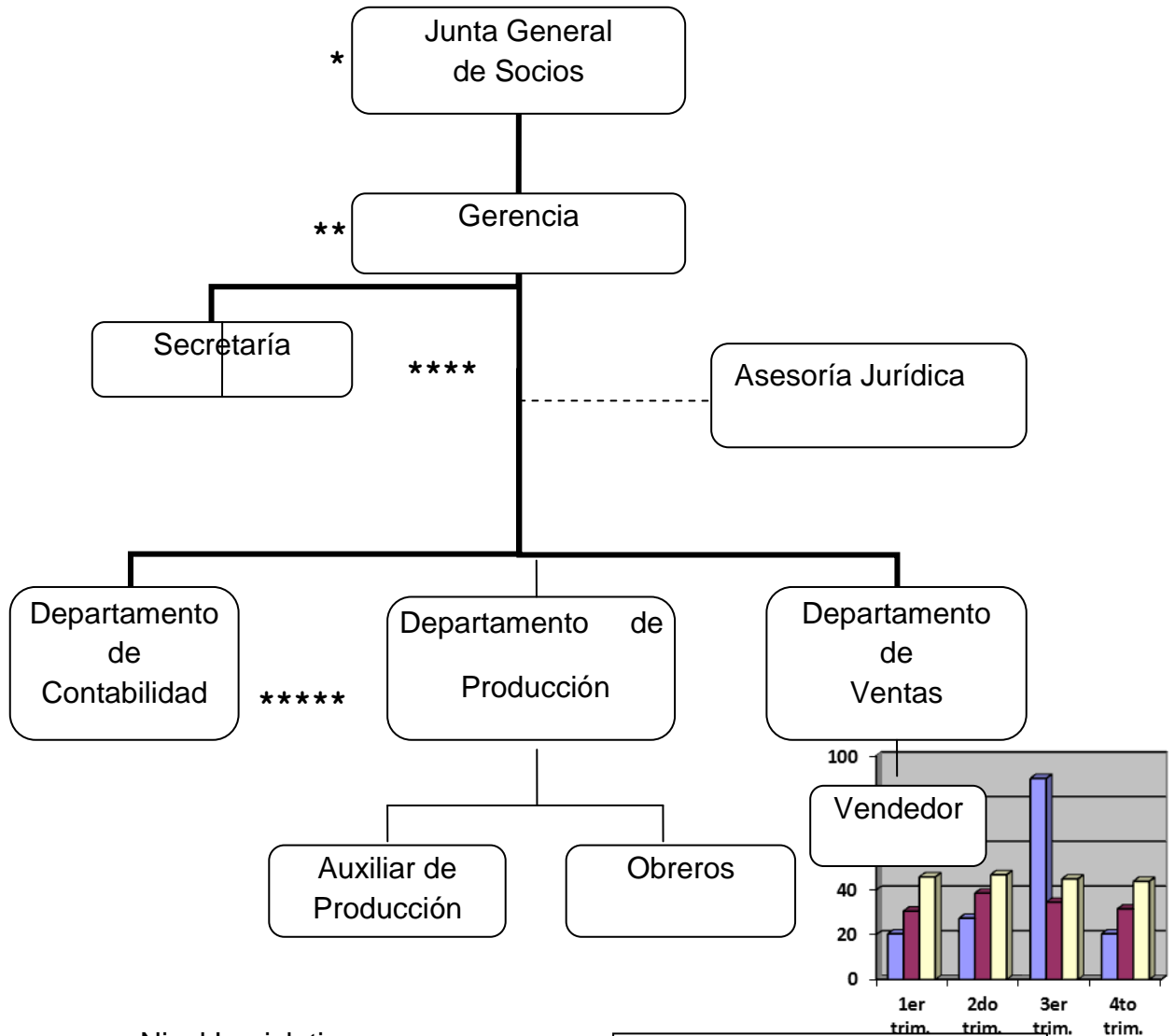
Está conformado por, los Jefes Departamentales de contabilidad producción y ventas y sus respectivos dependientes.

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

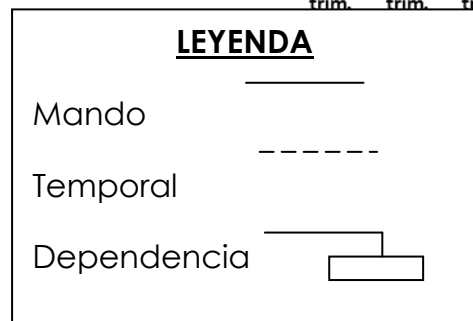
Organigramas

Empresa Productora y Comercializadora EL PANCITO. Cía. Ltda.

Organigrama Estructural



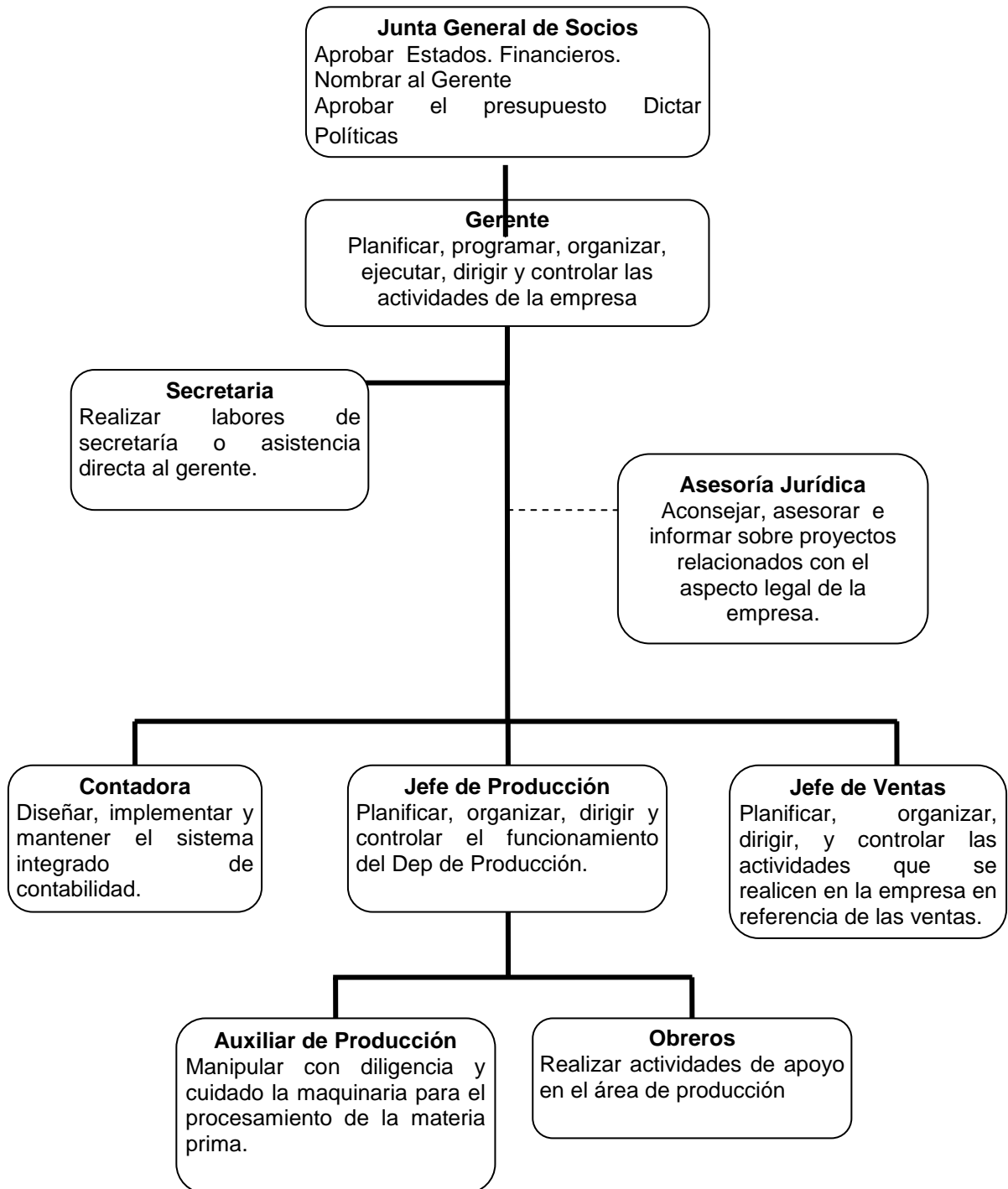
- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- **** Nivel Auxiliar
- ***** Nivel Operativo



Fuente: Empresa El Pancito. Cía. Ltda.
Elaboración: La Autora

Empresa Productora y Comercializadora EL PANCITO. Cía. Ltda.

Organigrama Funcional

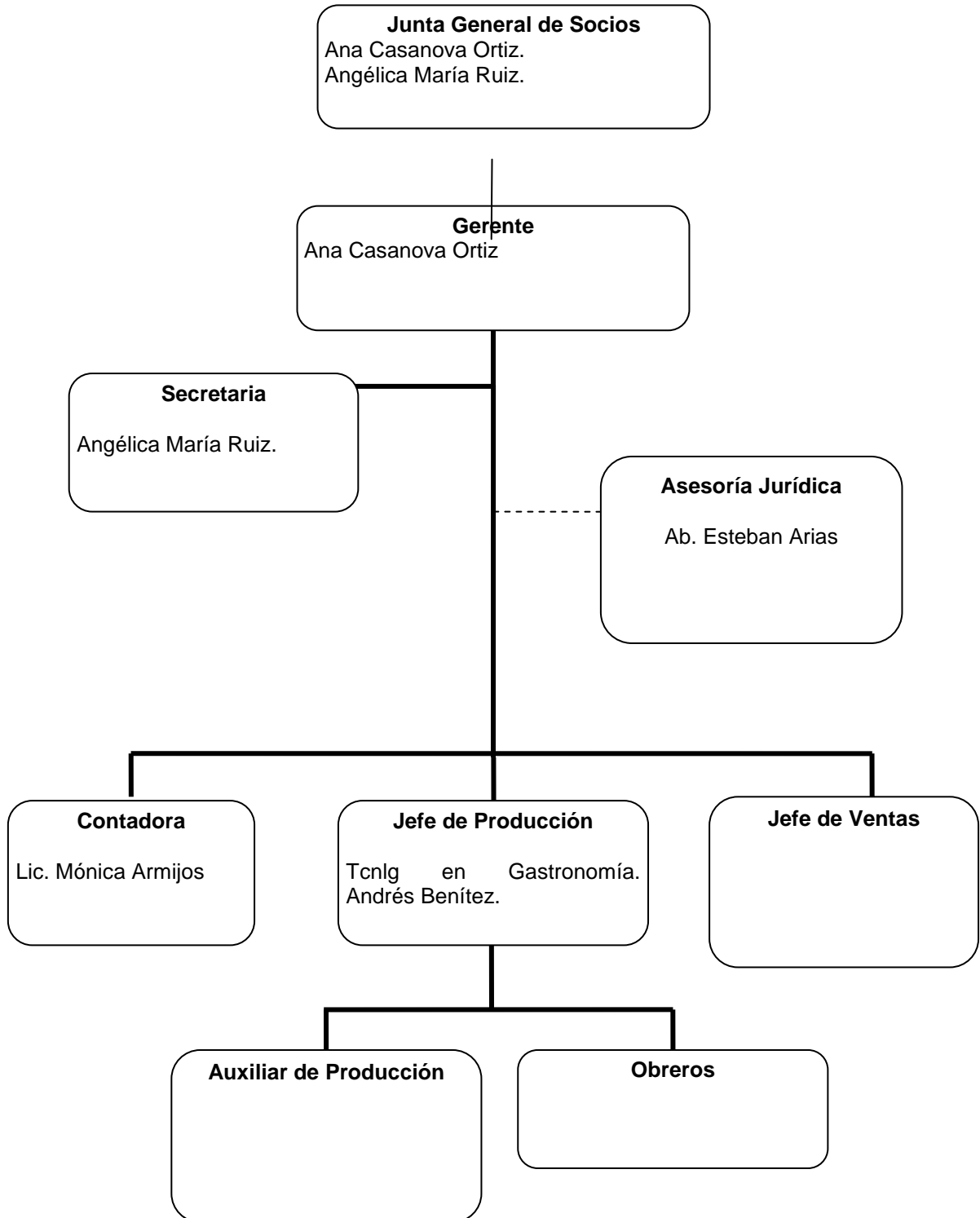


Fuente: Empresa El Pancito. Cía. Ltda.

Elaboración: La Autora

Empresa Productora y Comercializadora EL PANCITO. Cía. Ltda.

Organigrama Posicional



Fuente: Empresa El Pancito. Cía. Ltda.

Elaboración: La Autora

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.

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA EL “PANCITO CIA. LTDA.”.

DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Determinar las políticas y procedimientos de administración general de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS.

- Nombrar y remover a los miembros administrativos de la empresa.
- Conocer y resolver sobre el movimiento financiero, balances contables e informes de administración.
- Resolver cualquier asunto que no sea competencia del administrador y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE.

- Legislar y delinear las políticas que seguirán la organización.

REQUISITOS MINIMOS.

- Ser socios de la empresa.

CÓDIGO: 001.

AREA: Gerencia.

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente.

JEFE INMEDIATO: Junta General de Socios.

NATURALEZA DEL PUESTO:

Planear, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades que ejecuta de la Empresa de para cumplir con los objetivos establecidos con eficiencia y eficacia.

FUNCIONES Y BÁSICAS:

- Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades que desarrolla la empresa.
- Administrar la empresa con solvencia y dinamismo.
- Elaborar los programas de trabajo y supervisar su cumplimiento.
- Planificar y llevar a cabo en forma permanente la capacitación de personal de la empresa.
- Aprobar y suscribir contratos y adquisiciones a nombre de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad por las actividades y decisiones que realicen en la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir la Ley, Estatutos y Reglamentos de la empresa.
- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACIÓN:

- Ingeniero Comercial.

EXPERIENCIA:

- Dos años en funciones similares.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN:

- Título profesional: Ingeniero Comercial.

CÓDIGO: 002.

AREA: Asesoría Jurídica.

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico.

JEFE INMEDIATO: Gerente.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Asesorar, aconsejar e informar sobre asuntos legales relacionados con la empresa.

FUNCIONES Y BÁSICAS:

- Resolver e informar sobre asuntos jurídicos y más áreas del ámbito que tenga que ver con la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, Judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales que efectué la empresa.
- Participar en reuniones de Junta de Socios.
- Participar en reuniones de la Junta General, asesorando legalmente al máximo representante de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Se caracteriza por mantener autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACIÓN:

- Título a nivel universitario, Abogado de los Tribunales de Justicia del Ecuador y Doctor en Jurisprudencia.

EXPERIENCIA:

- Dos años en funciones similares.

CÓDIGO: 003.

AREA: Secretaría.

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria.

JEFE INMEDIATO: Gerente.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Incorporación de sistemas, adecuados de archivo y relacionadora de la empresa.

FUNCIONES Y BÁSICAS:

- Mecanografía y despachar la correspondencia de la empresa en forma oportuna.
- Tramitar oportunamente los asuntos que debe conocer el gerente.
- Atender al público que solicite información y concretar entrevistas con el Gerente.
- Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.
- Convocar a sesiones a petición del Gerente.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Requiere de responsabilidad, eficiente, conocimiento y discreción en las labores de secretaria.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACIÓN:

- Título de Secretaria Ejecutiva o Ingeniero Comercial.

EXPERIENCIA:

- Un año en funciones similares.

CÓDIGO: 004.

AREA: Contabilidad.

TÍTULO DEL PUESTO: Contador.

JEFE INMEDIATO: Gerente.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Responsable del manejo y optimización de los recursos monetarios de la empresa, del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Diseñar, implementar y mantener el sistema contable de la empresa.
- Llevar los registros contables de acuerdo con las normas generalmente aceptadas.
- Preparar y presentar periódicamente los balances financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis financiero cuando sean requeridos.
- Elaborar los roles de pago del personal de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas, principales y procedimientos contables.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACIÓN:

- Contador Público autorizado.

EXPERIENCIA:

- Un año en funciones similares.

CÓDIGO: 005.

AREA: Producción.

TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Producción.

JEFE INMEDIATO: Gerente.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Planificar, organizar coordinar y controlar el proceso productivo del pan de soya.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores del departamento.
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción.
- Mantener los niveles de producción correctamente para evitar el desabastecimiento del producto.
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.
- Presentar informes de los requerimientos de departamento.
- Establecer sistemas de medidas, de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo su producción.
- Controlar inventarios de materias primas e insumos.
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipos.
- Realizar un correcto control de calidad del producto.
- Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.

- Organizar cursos de capacitación para el personal a su cargo.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACIÓN:

- Título de Tecnólogo en Industrias.

EXPERIENCIA:

- Un año en funciones similares.

CÓDIGO: 006.

AREA: Producción.

TÍTULO DEL PUESTO: Obrero.

JEFE INMEDIATO: Jefe de Producción.

NATURALEZA DEL PUESTO:

Dar apoyo en actividades del área de producción. Dar mantenimiento a la maquinaria y equipo.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria.
- Etiquetar, embalar y almacenar el producto ya elaborado.
- Dar mantenimiento al área de producción.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Título de Bachiller
- **Experiencia:** Un año en labores afines

CÓDIGO: 007.

AREA: Ventas.

TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor.

JEFE INMEDIATO: Gerente.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Realizar la planificación, organización y ejecución de las ventas de la empresa, y conducir el vehículo para la entrega del producto.

FUNCIONES BÁSICAS:

- Estructurar el plan de ventas para la empresa.
- Definir mecanismos para estudiar las condiciones del mercado.
- Visitar a los clientes y entregar el producto en forma oportuna.
- Realizar los pedidos a bodega según las necesidades del mercado.
- Reportar diariamente a contabilidad las ventas realizadas.
- Sugerir a sus superiores sistemas promocionales para la venta del producto.
- Elaborar un plan presupuestario de ventas mínimas anuales en relación con el mercado existente.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Trabajo sujeto a movilización permanente, supone riesgos de tránsito y los horarios deben sujetarse a las necesidades del mercado.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACIÓN:

- Egresado de administración o tecnólogo en mercadotecnia.
- Licencia profesional de conducir.

EXPERIENCIA:

- Un año en labores de ventas.

ESTUDIO FINANCIERO

Con el estudio financiero se pretende determinar en qué se va a gastar el dinero y de donde se va obtener el mismo es decir realizar un cálculo de la inversión que servirá para estructurar la rentabilidad del proyecto.

Inversiones.

Las inversiones son todas las erogaciones que ocurren al comienzo de la vida económica de una empresa y que representan desembolso de efectivo para la adquisición de activos fijos, o denominados de capital, tales como: terrenos, edificios, maquinarias, etc.

Por lo general las inversiones deben realizarse antes de la puesta en marcha del proyecto, tomando en consideración que también puede existir inversiones que son necesarios realizar durante la operación, para el reembolso de activos desgastados o porque se requiere ampliar la capacidad instalada.

Las inversiones a realizar en un proyecto se clasifican en tres categorías:

- Activos fijos
- Activos diferidos
- Capital de trabajo

Activos fijos

Son todos los activos que la empresa ha planificado obtener para iniciar sus operaciones, tanto de servicios como administrativas, teniendo como característica especial que estos activos tienden a depreciarse después de la compra de los mismos. Se ha determinado para este proyecto que se tomará

en cuenta como activos fijos los siguientes: terreno, construcción, maquinaria, equipos de oficina, equipo de computación, vehículo, a continuación se describe la caracterización de cada activo.

- **Activos fijos del área de producción**

Maquinaria y Equipo.

La maquinaria y equipo están destinados al proceso de producción de bienes y servicios.

**Cuadro Nro. 35
Maquinaria**

PRESUPUESTO MAQUINARIA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL
Horno Industrial	1	4.500,00	4.500,00
Cocina Industrial	1	300,00	300,00
Batidora	1	1.100,00	1.100,00
Amasadora Industrial	1	1.850,00	1.850,00
TOTAL			7.750,00

FUENTE: Proforma FRITEGA S.A y Loja-Gas

ELABORACIÓN: La Autora

**Cuadro Nro. 36
Equipo**

PRESUPUESTO DE EQUIPO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL
Cilindro Industrial de Gas	2	160,00	320,00
Extintor	1	35,00	35,00
Espigueros	2	150,00	300,00
TOTAL			655,00

FUENTE: Proforma FRITEGA S.A y Loja-Gas

ELABORACIÓN: La Autora

Herramientas.- Cualquier utensilio, sobre todo de metal, que se coge con la mano para hacer algunos trabajos.

**Cuadro Nro. 37
Herramientas**

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL
Recipiente Grande de Acero Inoxidable (100 lb.)	2	80,00	160,00
Cuchillos	4	15,00	60,00
Recipiente Mediano de Acero Inoxidable (50 lb)	2	60,00	120,00
Olla de Acero Inoxidable	2	120,00	240,00
Latas de Horno	20	8,00	160,00
Gavetas	10	12,00	120,00
Vitrinas	2	240,00	480,00
Mano o Pinza Metálica	4	5,00	20,00
Mesa Metálica	1	70,00	70,00
TOTAL:			1430,00

FUENTE: Proforma FRITEGA S.A.

ELABORACIÓN: La Autora

- **Activos fijos para el área de administración y ventas**

Vehículo.- Este estará destinado para la distribución del producto a los distintos lugares donde se expenderá; el mismo que tiene un precio de 8.000,00 dólares el mismo que es de medio uso.

**Cuadro Nro. 38
Vehículo**

PRESUPUESTO DE Vehículo			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Toyota Modelo 2007	1	8000,00	8000,00
TOTAL:			8000,00

Fuente: Concesionarios de Vehículos de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Equipo de computación.

Los equipos de computación que a continuación se detallan servirán el Área Administrativa de la empresa, además se contempla la reinversión después del tercer año de vida útil de los primeros equipos adquiridos

Cuadro Nro. 39
Equipo de Computación

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de Escritorio HP	1	700,00	700,00
Impresora Multifunción	1	120,00	120,00
TOTAL:			820,00
Reinversión	1	4to año	910,00

Fuente: Master Pc. Loja

Elaboración: La Autora

Equipo de oficina.

Los equipos de oficina servirán desarrollar las actividades adecuadamente del Área Administrativa y de ventas de la empresa.

Cuadro Nro. 40
Equipo de Oficina

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
Sumadora	1	20,00	20,00
Perforadora	1	10	10,00
Engrampadora	1	10	10,00
Equipo Telefónico	1	80	80,00
TOTAL:			120,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres.

Estos facilitaran las actividades en el Área Administrativa y ventas, proporcionando comodidad al personal que labora en la misma.

Cuadro Nro. 41
Muebles y Enseres

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Ejecutivo	1	280,00	280,00
Archivador	1	90,00	90,00
Sillón Ejecutivo	1	100,00	100,00
Sillas Plásticas	8	8,00	64,00
TOTAL:			534,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro Nro. 42
Resumen de Activos fijos

ACTIVO FIJO	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.750,00
EQUIPO	655,00
HERRAMIENTAS	1.430,00
VEHICULO	8.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	820,00
EQUIPO DE OFICNA	120,00
MUEBLES Y ENSCERES	534,00
TOTAL	19.309,00

Fuente: Cuadro Nro. 29, 30, 31, 31, 33, 34, 35

Elaboración: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.

Son aquellos constituidos por los servicios o deudas adquiridas con la finalidad de poner en marcha el proyecto.

Estas inversiones tienen la característica de ser intangibles y están constituidas por los estudios preliminares, la elaboración del proyecto, marcas y patentes,

gastos de constitución, etc. Así como los activos fijos de deprecian, los diferidos deben amortizarse en un periodo de 5 años de acuerdo con la legislación vigente en el Ecuador, en porcentajes anuales iguales.

- **Estudios preliminares.-** Constituyen gastos que incurren en las actividades previas a la puesta en marcha del proyecto. Se ha considerado un gasto total de \$100dolares.
- **Estudios del proyecto.-**Son los gastos que comprenden el estudio previo para poder implementar el proyecto (investigaciones para la ejecución del proyecto) con un costo de \$150 dólares
- **Gastos de constitución.-** Es el gasto que toda empresa debe realizar para establecer en forma legal, este desembolso que la empresa representa es de \$ 100 dólares.
- **Permisos de Funcionamiento.-**150 dólares
- **Adecuación del Local.-** 200 dólares

Cuadro Nro. 43
Resumen de Activos fijos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudios Preliminares	1	100	100
Constitución de la Empresa	1	100	100
Estudios del Proyecto	1	150	150
Permisos de Funcionamiento	1	150	150
Adecuación de Local	1	200	200
TOTAL			700

Fuente: Investigación en Entidades Publicas

Elaboración: La Autora

CAPITAL DE OPERACIÓN.

Debido a que en todo proyecto que se pone en funcionamiento, los primeros tiempos no existen ingresos propios y hasta que las operaciones alcancen un funcionamiento adecuado en un ciclo productivo es necesario tener un capital inicial para cubrir los primeros gastos operativos, en correspondencia con una capacidad y tamaño determinados.

Estos gastos son los que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa de producción de pan de soya, pago de personal administrativo y suministros varios. El capital de operación se ha calculado para el primer mes, considerando que al inicio aún no existe producción y que la empresa empezará a producir luego del inicio de sus actividades económicas.

COSTO PRIMO

- Materia prima directa:

Son todos los materiales que intervienen directamente ben la transformación del producto y que son visibles en el mismo.

Cuadro Nro. 44
Materia Prima Directa

MATERIALES	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Harina de soya	57	Qq	50	2850
Harina de Trigo	169	Qq	40	6760
Levadura	4	Qq	30	120
TOTAL			120	9730

Fuente: Investigación Productores de harina del Cantón Loja

Elaboración: La Autora

- **Mano de obra directa**

Es el pago salarial de dinero del obrero de dinero que tiene relación directa con el producto fabricado, estos costos son aquellos que se pueden identificar especialmente con la unidad de producto.

Cuadro Nro. 45
Mano de obra directa: Jefe de Producción

Presupuesto de mano de obra directa			
RUBROS		Jefe de Producción	2do año
Básico Unificado		305,00	305,00
Décimo Tercero		25,42	25,42
Décimo Cuarto		24,33	24,33
Aporte Patronal	11.15%	34,01	34,01
Vacaciones		25,42	25,42
Fondos de Reserva		0	25,41
Costo real		414,18	439,58
Aporte personal al IESS 9.35%		28,52	28,52
Líquido a pagar		385,66	411,06
N. de Empleados		1	1
Total mensual		414,18	439,58
Total Anual		4970,12	5275,00

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo.

Elaboración: La Autora

Cuadro Nro. 46
Mano de obra directa: Obreros del Área de Producción

Presupuesto de mano de obra directa			
RUBROS		Obrero	2do año
Básico Unificado		292	292
Décimo Tercero		24,33	24,33
Décimo Cuarto		24,33	24,33
Aporte Patronal	11.15%	32,56	32,56
Vacaciones		24,33	24,33
Fondos de Reserva		0	24,32
Costo real		397,55	421,88
Aporte personal al IESS 9.35%		27,30	27,30
Líquido a pagar		370,25	394,58
N. de Empleados		1	1
Total mensual		370,25	394,58
Total Anual		4770,64	5062,52

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo.

Elaboración: La Autora

- **Mano de obra indirecta:**

Es la mano de obra necesaria para generar cierta actividad que ayuda a la producción pero que no intervienen directamente en el proceso productivo. (En la empresa productora y comercializadora de pan de soya, al obrero también se le asignara tareas adicionales como: limpieza y mantenimiento de la maquinaria, herramientas y utensilios que se utilizaran, con el fin de que cumpla con el horario establecido por la ley).

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Son todos los gastos indirectos que no pueden cargarse al costo de las unidades de producción, trabajo o producción directamente.

- **Materiales indirecta:**

En este rubro se especifican las etiquetas, envases y embalaje necesario para la presentación del producto.

Cuadro Nro. 47
Materiales Indirectos

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Sal qq	45	20,00	900,00	900,00
Leche litros	2400	0,45	1080,00	1080,00
Huevos	18	3,20	57,60	57,60
Azúcar qq	24	45,00	1080,00	1080,00
Mantequilla Lb.	7	30,00	210,00	850,00
Fundas	1000	0,05	50,00	50,00
TOTAL			3377,60	4017,60

Fuente: Investigación Productores de harina del Cantón Loja

Elaboración: La Autora

- **Vestimenta de Trabajo.**

Prendas de vestir para realizar trabajos.

Cuadro Nro. 48
Vestimenta de Trabajo.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Mandiles	15	4,00	60,00	60,00
Mascarillas	4	10,00	40,00	40,00
Gorros	15	5,00	75,00	75,00
Guantes	5	25,00	125,00	125,00
TOTAL			300,00	300,00

Fuente: Distribuidora AGA

Elaboración: La Autora

- **Servicios básicos para el área de producción.-**

Son todos los servicios que son necesarios para la producción.

Cuadro Nro. 49
Presupuesto de Servicios Básicos para el área de producción

DESCRIPCION	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua (m3)	12	1,85	22,2	266,40
Energía Eléctrica (kw/h)	50	0,15	7,5	90
TOTAL				356,40

Fuente: Distribuidora AGA

Elaboración: La Autora

COSTOS DE OPERACIÓN

Valoración monetaria de la suma de recursos destinados a la administración operativa y funcionamiento de la organización

- **Gastos de administración**

Son los desembolsos de dinero que tendrán que hacerse para mantener operativa el área de administración en este rubro se detallan, las

remuneraciones, servicios básicos y demás gastos dentro del área administrativa.

Cuadro Nro. 50
Presupuesto de sueldos administrativos (Año1- Año 2)

RUBROS	Gerente	2do año
Básico Unificado	300,00	316,23
Décimo Tercero	25,00	26,35
Décimo Cuarto	24,33	24,33
Aporte Patronal 11.15%	33,45	35,26
Vacaciones	25,00	26,35
Fondos de Reserva	0,00	26,34
Costo real	407,78	454,87
Aporte personal al IESS 11.35%	34,05	35,89
Líquido a pagar	373,73	418,98
Total mensual		
Total Anual	4893,36	5027,72

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaboración: La Autora

Cuadro Nro. 51
Presupuesto de sueldos administrativos (Año1- Año 2)

RUBROS	Vendedora	2do año
Básico Unificado	292,00	292,00
Décimo Tercero	24,33	24,33
Décimo Cuarto	24,33	24,33
Aporte Patronal 11.15%	32,56	32,56
Vacaciones	24,33	24,33
Fondos de Reserva	0,00	24,32
Costo real	397,55	421,88
Aporte personal al IESS 11.35%	33,14	33,14
Líquido a pagar	364,41	388,74
Total mensual		
Total Anual	4770,64	4664,88

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaboración: La Autora.

Cuadro Nro. 52
Útiles de Oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	COSTO TOTAL ANUAL
Resmas de papel boom	3	3,70	11,10
Toners	2	24,00	48,00
Esferos Gráficos caja	1	6,00	6,00
Corrector unid.	4	0,50	2,00
Grapas cajas	5	0,50	2,50
Carpetas Archivadoras	5	4,00	20,00
TOTAL:			89,60

Fuente: Papelerías de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro Nro. 53
Útiles de Aseo

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	COSTO TOTAL ANUAL
Escobas	4	3,00	12,00
Recolector de basura	3	2,00	6,00
Trapeadores	4	3,00	12,00
Resmas de Papel Higiénico Grandes	8	4,00	32,00
Franelas	10	1,00	10,00
Toallas	5	3,00	15,00
Cestos de Basura	4	2,50	10,00
Liquido quitagrasa	5	8,00	40,00
Estropajo	20	1,00	20,00
Desinfectante	4	3,25	13,00
Detergente 4 kg	4	8	32,00
Jabón de tocador	5	4,00	20,00
TOTAL:			222,00

Fuente: Comerciales de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro Nro. 54
Servicios Básicos para el Área de Administrativa

DESCRIPCION	CONSUMO	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Agua (m3)	4	1,85	7,4	88,80
Energía Eléctrica (kw/h)	18	0,15	2,7	32,40
Teléfono	1	16	16	192,00
TOTAL				121,20

Fuente: Umapal, EERSA, CNT

Elaboración: La Autora

- Gastos de Ventas

Son los rubros que se contempla para dar a conocer el producto en el mercado; se toma cuenta las remuneraciones del equipo de venta, publicidad y promociones; así mismo el mantenimiento y combustibles; que necesita el vehículo para su funcionamiento.

Cuadro Nro. 55
Publicidad y Promoción

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNI.	COSTO TOTAL ANUAL
Cuñas Publicitarias	25	30,00	750,00
Spot Publicitarios en Ecotel TV	25	30,00	750,00
TOTAL:			1500,00

Elaboración: La Autora

Cuadro Nro. 56
Combustibles y Lubricantes para Vehículo

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	COSTO TOTAL
Lavado y cambio de aceite	12	20,00	240,00
Galones de diesel	480	2,00	960,00
TOTAL:			1200,00

Fuente: Gasolinera Jaramillo y Lubricadora Iñiguez

Elaboración: La Autora

Una vez descrito cada uno de los rubros en los que debe incurrir la empresa para iniciar actividades, se calcula que su capital de trabajo asciende a 3383,09 dólares, como muestra el cuadro:

Cuadro Nro. 57
Capital de Operaciones (primer mes)

DENOMINACIÓN	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	
COSTO DE PROCESAMIENTO			2316,69
COSTO PRIMO			1622,56
Materia Prima Directa	9730	810,83	
Mano de Obra Directa	9740,76	811,73	
GASTOS GENERALES DE FABRICACION			694,13
Materiales Indirectos	4017,6	334,8	
Mantenimiento	127,5	10,625	
Presupuesto de Vestimenta	300	25	
Arriendo de Local	3000,00	250	
Servicios Básicos de Área de Producción	356,40	29,7	
Gas y Combustible	528,00	44	
COSTO DE OPERACIÓN			1066,40
GASTOS DE ADMINISTRACION			443,85
Remuneraciones	4893,36	407,78	
Útiles de Oficina	89,60	7,47	
Servicios Básicos Área Administrativa	121,2	10,1	
Útiles de Aseo	222,00	18,5	
Gastos de Ventas			622,55
Remuneraciones	4770,64	397,55	
Promoción y Publicidad	1500,00	125	
Combustibles y Lubricantes	1200,00	100	
TOTAL DE CAPITAL DE OPERACION			3383,09

Elaboración: La Autora

También se muestra a continuación el cuadro de resumen de la inversión del proyecto, en donde se muestra que es necesario que los socios de la empresa incurran en una inversión equivalente a 23.392,09 dólares.

Cuadro Nro. 58
Resumen inversión total del proyecto

DENOMINACION	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.750,00
EQUIPO	655,00
HERRAMIENTAS	1.430,00
VEHICULO	8.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	820,00
EQUIPO DE OFICNA	120,00
MUEBLES Y ENSCERES	534,00
Subtotal	19.309,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios Preliminares	100,00
Constitución de la Empresa	100,00
Proyecto	150,00
Permisos de Funcionamiento	150,00
Adecuación de Local	200,00
Subtotal	700,00
CAPITAL DE OPERACIONES	
Costos de Procesamiento	2.316,69
Costos de Operación	1.066,40
Subtotal	3.383,09
TOTAL	23.392,09

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO.

Dentro del presente proyecto el financiamiento se lo realizará de la siguiente manera: Para iniciar sus actividades operativas la empresa requiere de un capital de 23.392,09 dólares.

Cada socio será responsable por el monto de sus aportaciones y obligaciones contraídas por la misma; en este proyecto se contará con 2 socios; el mismo que cada uno aporta con 3373,54dólares, el cual nos da un monto de 6747,09 dólares (30%); y la diferencia el 70% (16.645,00); se realizará un préstamo. El crédito que mantendrá el proyecto escon la Corporación Financiera Nacional

dentro de las líneas de inversión, el mismo que se lo pagará a cinco años plazo, al 14,00% de interés anual.

**Cuadro Nro. 59
Financiamiento**

Financiamiento	Monto	Porcentaje
Crédito	16.645,00	70%
Capital Propio	6.747,09	30%
Total	23.392,09	100

Fuente: Cuadro 54

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE COSTOS.

La estimación 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.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN.

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

A continuación se muestra el presupuesto proyectado con un incremento para el segundo año igual a la inflación acumulada para el año 2012, que es 5,41% anual.

Cuadro Nro. 60

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN (Tasa de inflación acumulada 2012)

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCION					
Materia Prima Directa	9.730,00	10.256,39	10.811,26	11.396,15	12.012,69
Mano de Obra Directa	9.740,76	10.337,52	11.371,27	12.508,40	13.759,24
Materiales Indirectos	4.017,60	4.234,95	4.464,06	4.705,57	4.960,14
Mantenimiento	127,50	134,40	141,67	149,33	157,41
Presupuesto de Vestimenta	300,00	316,23	333,34	351,37	370,38
Arriendo de Local	3.000,00	3.162,30	3.333,38	3.513,72	3.703,81
Servicios Básicos de Area de Producción	356,40	375,68	396,01	417,43	440,01
Gas y Combustible	528,00	556,56	586,67	618,41	651,87
Depreciación de Maquinaria	697,50	697,50	697,50	697,50	697,50
Depreciación de Equipo	58,95	58,95	58,95	58,95	58,95
Depreciación de Herramientas	228,80	228,80	228,80	228,80	228,80
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	28.785,51	30.359,29	32.422,92	34.645,64	37.040,80
COSTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administración					
Remuneraciones	4.893,36	5.027,72	5.299,72	5.586,44	5.888,66
Útiles de Oficina	89,60	94,45	99,56	104,94	110,62
Útiles de Aseo	222,00	234,01	246,67	260,02	274,08
Servicios Básicos de Area de Producción	121,20	127,76	134,67	141,95	149,63
Depreciación de Equipo de Computación	182,23	182,23	182,23	202,23	202,23
Depreciación de Muebles y Encseres	48,06	48,06	48,06	48,06	48,06
Depreciación de Equipo de Oficina	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
Amortización del Activo Diferido	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
SUMAN	5.707,25	5.865,03	6.161,71	6.494,44	6.824,09
Gastos de Ventas					
Remuneraciones	4.770,64	4.664,88	4.917,25	5.183,28	5.463,69
Publicidad	1.500,00	1.581,15	1.666,69	1.756,86	1.851,90
Combustibles y Lubricantes	1.200,00	1.264,92	1.333,35	1.405,49	1.481,52
Depreciación de Vehículo	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00
SUMAN	8.750,64	8.790,95	9.197,30	9.625,62	10.077,12
Gastos Financieros					
Interés sobre crédito	2.330,30	1.977,76	1.575,87	1.117,72	595,92
SUMAN	2.330,30	1.977,76	1.575,87	1.117,72	595,92
Otros Gastos					
Reinversión del Equipo de Computación	-	-	-	910,00	-
SUMAN	-	-	-	910,00	-
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	16.788,19	16.633,74	16.934,88	18.147,78	17.497,13
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	45.573,70	46.993,03	49.357,79	52.793,42	54.537,93

Elaboración: La Autora

COSTO UNITARIO.

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

Se presenta los costos promedios de los años de vida útil del proyecto.

PRIMER AÑO.

$$CU = \text{CostosTotales} \div \text{Número de Unidades Producidas}$$

$$CU = 45.573,70 \div 224.640$$

$$CU = 0,20 \text{ Cu}$$

SEGUNDO AÑO.

$$CU = \text{CostosTotales} \div \text{Número de Unidades Producidas}$$

$$CU = 46.993,03 \div 239.616$$

$$CU = 0,20 \text{ Cu}$$

TERCER AÑO.

$$CU = \text{CostosTotales} \div \text{Número de Unidades Producidas}$$

$$CU = 49.357,79 \div 254.592$$

$$CU = 0,19 \text{ Cu}$$

CUARTO AÑO.

$$CU = \text{CostosTotales} \div \text{Número de Unidades Producidas}$$

$$CU = 52.793,42 \div 269.568$$

$$CU = 0,20 \text{ Cu}$$

QUINTO AÑO.

$$CU = \text{CostosTotales} \div \text{Número de Unidades Producidas}$$

$$CU = 56.537,93 \div 284.544$$

$$CU = 0,19 \text{ Cu}$$

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Ya obtenidos los costos unitarios de producción, se procede a determinar el precio de venta al público del pan de soya, para lo cual se ha considerado el costo de producción añadiéndole a éste un importe.

Este importe adicional se lo denomina margen de utilidad.

Formula:

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

PRIMER AÑO.

$$P.V.P = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$P.V.P = 0,20 + 21\%$$

$$P.V.P = 0,25$$

SEGUNDO AÑO.

$$P.V.P = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$P.V.P = 0,20 + 25\%$$

$$P.V.P = 0,25$$

TERCER AÑO.

$$P.V.P = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$P.V.P = 0,19 + 27\%$$

$$P.V.P = 0,25$$

CUARTO AÑO.

$$P.V.P = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$P.V.P = 0,20 + 26\%$$

$$P.V.P = 0,25$$

QUINTO AÑO.

$$P.V.P = \text{CostoUnitario} + \text{MargendeUtilidad}$$

$$P.V.P = 0,19 + 26\%$$

$$P.V.P = 0,24$$

Tomando en cuenta que en el mercado existieran que sobrepasan los 0,25 centavos de dólar, la empresa ha decidido establecer un precio de \$0,25 centavos de dólares por cada pan de soya para todos los años.

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 y la capacidad instalada.

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 realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

La clasificación se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO NRO. 61. COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS DE VIDA DEL PROYECTO.

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO DE PRODUCCION										
Materia Prima Directa	-	9.730,00	-	10.256,39	-	10.811,26		11.396,15		12.012,69
Mano de Obra Directa	-	9.740,76	-	10.337,52	-	11.371,27		12.508,40		13.759,24
Materiales Indirectos	-	4.017,60	-	4.234,95	-	4.464,06		4.705,57		4.960,14
Mantenimiento	127,50	-	134,40		141,67		149,33		157,41	
Presupuesto de Vestimenta	-	300,00		316,23		333,34		351,37		370,38
Arriendo de Local	3.000,00	-	3.162,30		3.333,38		3.513,72		3.703,81	
Servicios Básicos de Area de Producción	-	356,40		375,68		396,01		417,43		440,01
Gas y Combustible	-	528,00		556,56		586,67		618,41		651,87
Depreciación de Maquinaria	697,50		697,50		697,50		697,50		697,50	
Depreciación de Equipos	58,95		58,95		58,95		58,95		58,95	
Depreciación de Herramientas	228,80		228,80		228,80				228,80	
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	4.112,75	24.672,76	4.281,95	26.077,34	4.460,30	27.962,62	4.419,50	29.997,34	4.846,47	32.194,33
COSTOS DE OPERACIÓN										
Gastos Administración										
Remuneraciones	4.893,36		5.027,72		5.530,50		6.083,55		6.691,90	
Útiles de Oficina	89,60		94,45		99,56		104,94		110,62	
Útiles de Aseo	222,00		234,01		246,67		260,02		274,08	
Servicios Básicos de Area de Producción	121,20		127,76		134,67		141,95		149,63	
Depreciación de Equipo de Computación	182,23		182,23		182,23		202,23		202,23	
Depreciación de Muebles y Enceres	48,06		48,06		48,06		48,06		48,06	
Depreciación de Equipo de Oficina	10,80		10,80		10,80		10,80		10,80	
Amortización del Activo Diferido	140,00		140,00		140,00		140,00		140,00	
SUMAN	5.707,25		5.865,03		6.392,48		6.991,55		7.627,33	
Gastos de Ventas										
Remuneraciones	4.770,64		4.664,88		5.131,37		5.644,51		6.208,96	
Publicidad		1.500,00		1.581,15		1.666,69		1.756,86		1.851,90
Combustibles y Lubricantes		1.200,00		1.264,92		1.333,35		1.405,49		1.481,52
Depreciación de Vehículo	1.280,00		1.280,00		1.280,00		1.280,00		1.280,00	
SUMAN	6.050,64	2.700,00	5.944,88	2.846,07	6.411,37	3.000,04	6.924,51	3.162,34	7.488,96	3.333,43
Gastos Financieros										
Interés sobre crédito	2.330,30		1.977,76		1.575,87		1.117,72		595,92	
SUMAN	2.330,30		1.977,76		1.575,87		1.117,72		595,92	
TOTAL COSTO FIJOS	18.200,94		18.069,62		18.840,02		19.453,28		20.558,68	
TOTAL COSTOS VARIABLES	27.372,76		28.923,41		30.962,66		33.159,68		35.527,76	
COSTOS TOTALES	45.573,70		46.993,03		49.802,68		52.612,96		56.086,44	

ESTIMACIÓN DE INGRESO POR VENTAS.

Los ingresos que se generan en el proyecto quedan definidos por el volumen de producción y por sus precios de venta.

Si los ingresos son de la venta de los bienes producidos por la empresa, estos constituyen los ingresos operacionales, con los que seguirá operando la organización.

Ingresos no operacionales son aquellos que por cualquier motivo ingresan a la empresa pero no corresponden a los productos que vende.

Los ingresos por ventas, resultan del análisis de los costos unitarios de producción, los precios de venta de empresas similares y los efectos de la inflación en los precios.

Los ingresos son el resultado de las ventas del producto que ofrecemos, para lo cual se ha considerado la demanda que se atenderá en los años de vida útil (ver cuadro 31), multiplicada por el precio que se lo ha determinado considerando los costos de producción más una utilidad y el precio del mercado vigente.

Cuadro Nro. 62
Ingreso por Ventas

PERIODO	VENTAS EN UNIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	TOTAL DE INGRESOS
1	224640	0,25	56160,00
2	239616	0,25	59904,00
3	254592	0,25	63648,00
4	269568	0,25	67392,00
5	284544	0,25	71136,00

Elaboración: La Autora

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

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, el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, la deducción del 25% del pago de impuesto a la renta.

De tal manera que la utilidad para el primer año es de \$ 6.073,89 dólares. A continuación se detalla en el cuadro Nro. 63

Cuadro Nro. 63
Estado de Pérdidas y Ganancias

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por Ventas	56.160,00	59.904,00	63.648,00	67.392,00	71.136,00
Costo de Produccion	28.785,51	30.359,29	32.422,92	34.645,64	37.040,80
Utilidad Bruta	27.374,49	29.544,71	31.225,08	32.746,36	34.095,20
Costo de Operación	16.788,19	16.633,74	16.934,88	18.147,78	17.497,13
Utilidad Neta	10.586,30	12.910,97	14.290,21	14.598,58	16.598,07
15% de Utilidades de Trabajadores	1.587,94	1.936,65	2.143,53	2.189,79	2.489,71
Utilidad antes del impuesto a la renta	8.998,35	10.974,32	12.146,68	12.408,79	14.108,36
25% de impuetso a la renta	2.249,59	2.743,58	3.036,67	3.102,20	3.527,09
Utilidad antes de la reserva legal	6.748,77	8.230,74	9.110,01	9.306,59	10.581,27
10% de reserva legal	674,88	823,07	911,00	930,66	1.058,13
Utilidad liquida del ejercicio	6.073,89	7.407,67	8.199,01	8.375,93	9.523,14

uente:Cuadro Nro. 60 y 62

Elaboración:La Autora

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Se lo conoce como “Punto de Equilibrio”, y es el cálculo realizado entre el volumen de ventas, los costos fijos y variables, cuyo resultado determinará el punto en que la empresa no producirá utilidad ni pérdida.

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

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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables (cuadro Nro. 61), 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.

AÑO 1

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{\text{VentaTotal} - \text{CostoVariable}} \times 100$$

$$PE = \frac{18.200,94}{56.160,00 - 27.372,76} \times 100$$

$$PE = \frac{38.589,63}{28.787,24} \times 100$$

$$PE = 1,34 \times 100$$

$$PE = 27,76\% \cong 28\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{VentaTotal}}}$$

$$PE = \frac{18.200,94}{1 - \frac{27.372,76}{56.160,00}}$$

$$PE = \frac{18.200,94}{0,5126}$$

$$PE = \$35.507,10$$

c. EN FUNCIÓN A LA UNIDADES PRODUCIDAS.

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

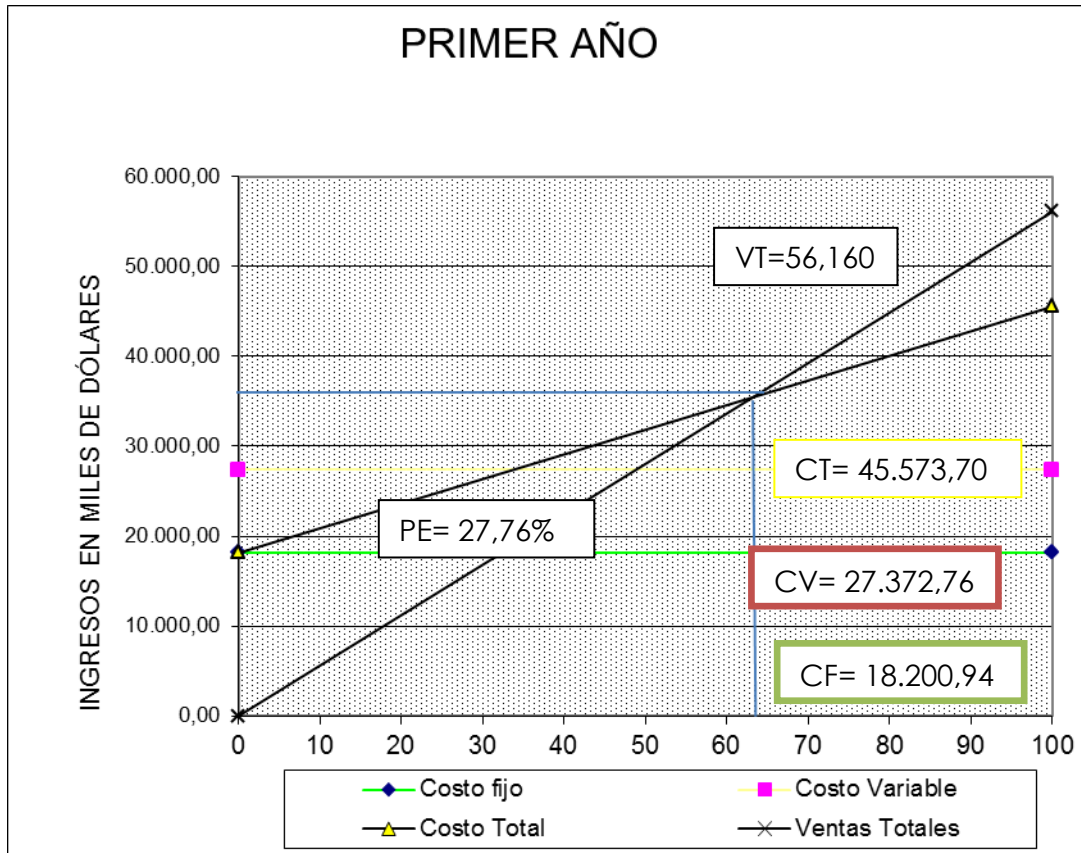
$$CVu = \frac{27.372,76}{224.640}$$

$$CVu = 0,12 \text{ dólares}$$

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

$$PE = \frac{18.200,94}{0,25 - 0,12}$$

$$PE = 14.007,23 \text{ PAN}$$



AÑO 5

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{\text{VentaTotal} - \text{CostoVariable}} \times 100$$

$$PE = \frac{20.558,68}{71.136,00 - 35.527,76} \times 100$$

$$PE = \frac{20.558,68}{35.608,24} \times 100$$

$$PE = 0,5774 \times 100$$

$$PE = 57,74\% \cong 58\%$$

b. EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{VentaTotal}}}$$

$$PE = \frac{20.558,68}{1 - \frac{35.527,76}{71.136}}$$

$$PE = \frac{20.558,68}{0,50}$$

$$PE = \$41.117,36$$

EN FUNCIÓN A LA UNIDADES PRODUCIDAS.

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

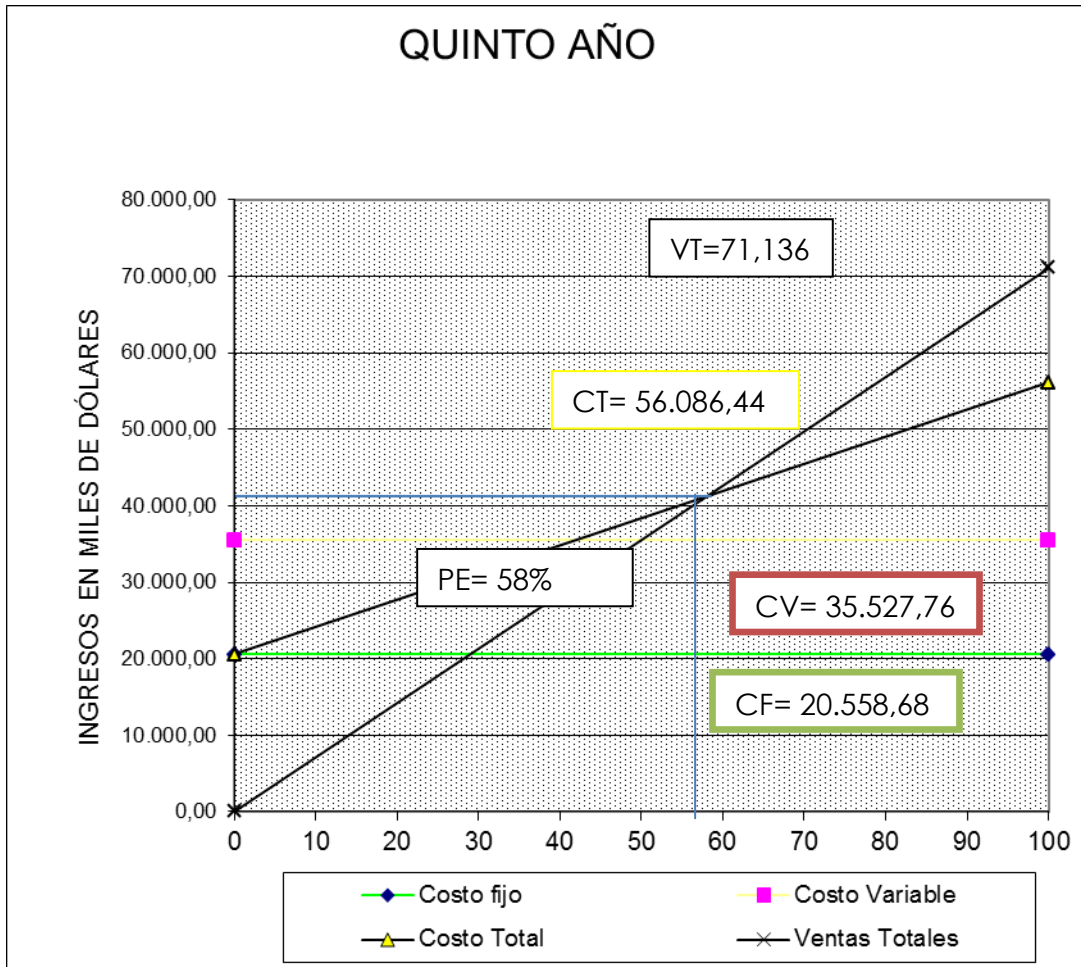
$$CVu = \frac{35.527,76}{284.544}$$

$$CVu = 0,12 \text{dólares}$$

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

$$PE = \frac{20.558,68}{0,25 - 0,12}$$

$$PE = 158.143,69 \text{ PAN}$$



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.

FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja, es aquel que presenta los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y su disponibilidad para pagar deudas o comprar activos.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos; el mismo que se encuentra demostrado en el cuadro siguiente.

Cuadro Nro. 64
Flujo de Caja

DENOMINACION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		56.160,00	59.904,00	63.648,00	67.392,00	71.136,00
Crédito Banco de Fomento	16.645,00					
Capital Propio	6.747,09					
Valor de Rescate				273,31		1.143,70
TOTAL DE INGRESO	23.392,09	56.160,00	59.904,00	63.921,31	67.392,00	72.279,70
EGRESOS						
Activo Fijo	19.309,00					
Activo Diferido	700,00					
Activo Circulante	3.383,09					
Presupuesto de Operación		45.573,70	46.993,03	49.357,79	52.793,42	54.537,93
Depreciacion y Amortizacion		1.661,09	1.661,09	1.661,09	1.681,09	1.681,09
15% de utilidad a los trabajadores		1.587,94	1.936,65	2.143,53	2.189,79	2.489,71
25% impuesto a la renta		2.249,59	2.743,58	3.036,67	3.102,20	3.527,09
Amortizacion de Capital		2.518,11	2.870,65	3.272,54	3.730,70	3.657,58
Total de Egresos	23.392,09	50.268,25	52.882,82	56.149,44	60.135,01	62.531,22
FLUJO DE CAJA	0,00	5.891,75	7.021,18	7.771,86	7.256,99	9.748,48

Elaboración: La Autora.

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 multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

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

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 Nro. 65
Valor Actual

VALOR ACTUAL NETO			
	Flujo neta	Factor de actualización 14%	VAN actualizado
0	23.392,09		
1	5.891,75	0,8772	5.168,20
2	7.021,18	0,7695	5.402,57
3	7.711,86	0,6750	5.245,79
4	7.256,99	0,5921	4.296,72
5	9.748,48	0,5194	5.063,06
		TOTAL	25.176,33

Elaboración: La Autora

$$V.A.N = \text{SumatoriaFlujoNeto} - \text{Inversión}$$

$$V.A.N = 25.176,33 - 23.392,09$$

$$V.A.N = 1.784,24$$

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

Para el presente proyecto la TIR es 34,15% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

Cuadro Nro. 66
Tasa Interna de Retorno

A Ñ O S	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		16,50%		17,00%	
0	-23.392,09		-23.392,09		-23.392,09
1	5.891,75	0,858369	5.057,30	0,854701	5.035,68
2	7.021,18	0,736798	5.173,19	0,730514	5.129,07
3	7.771,86	0,632444	4.915,27	0,624371	4.852,52
4	7.256,99	0,542871	3.939,61	0,533650	3.872,69
5	9.748,48	0,465983	4.542,63	0,456111	4.446,39
			235,90		-55,74

Elaboración: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

$$TIR = 16,50 + 0,5 \left(\frac{235,90}{235,90 - (-55,74)} \right)$$

$$TIR = 16,50 + 0,5 \left(\frac{235,90}{235,90 + 55,74} \right)$$

$$TIR = 16,50 + 0,5 \left(\frac{235,90}{291,64} \right)$$

$$TIR = 16,50 + 0,5(0,8089)$$

$$TIR = 16,90\%$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

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

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

Cuadro Nro. 67
Periodo de Recuperación de Capital

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO			
		FLUJO	FLUJO ACTUAL.	VALOR ACTUA.	FLUJO ACUMULADO
0	23.392,09		14,00%		
1		5.891,75	0,877193	5168,20	5168,20
2		7.021,18	0,769468	5402,57	10570,77
3		7.771,86	0,674972	5245,78	15816,56
4		7.256,99	0,592080	4296,72	20113,28
5		9.748,48	0,519369	5063,06	25176,33
TOTAL:					

Elaboración: La Autora

$$P.R.C = \text{Año que se supera la inversión} \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que Supera la Inversión}} \right)$$

$$P.R.C = 5 + \left(\frac{23.392,09 - 25.176,33}{9.748,48} \right)$$

$$P.R.C = 5 + \left(\frac{1.784,24}{9.748,48} \right)$$

$$P.R.C = 4,82$$

$$P.R.C = 4 \text{ Años}$$

$$P.R.C = 0.82 \times 12 \text{ Meses} = 9,84$$

$$P.R.C = 9 \text{ meses}$$

$$P.R.C = 0.84 \times 30 \text{ Días} = 25,2$$

La inversión se la recuperará en 4 años, 9 meses y veinticinco días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

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

En el presente proyecto, la relación beneficio-costos es mayor que uno (1.28) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.28 centavos de utilidad.

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

Cuadro Nro. 68
Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZ.	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZ.
		14,00%			14%	
1	45.573,70	0,90752	41359,01	56160	0,90752	50966,27576
2	46.993,03	0,85744	40293,64	59904	0,85744	51364,00115
3	49.357,79	0,82359	40650,64	63648	0,82359	52419,92107
4	52.793,42	0,79826	42142,86	67392	0,79826	53796,31706
5	54.537,93	0,77814	42438,25	71136	0,77814	55353,90524
			206884,40			263900,4203

Elaboración: La Autora

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

$$R.B.C = \frac{263.900,42}{206.884,40}$$

$$R.B.C = 1,28$$

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 13,31% y una disminución en los ingresos del 10,452%.

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, los valores de sensibilidad son POSITIVOS y menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 13,31% y en un 10,452%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

FORMULAS:

$$Diferencia\ de\ Tir = TIR\ del\ Proyecto - Nueva\ TIR$$

$$\%deVariación = \frac{Diferencia\ entre\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto}$$

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

Cuadro Nro. 69
Análisis de Sensibilidad con un incremento de 13,31% en los costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		13,31%			14,00%		14,50%	
						-23.392,09		-23.392,09
1	45.573,70	51.639,56	56.160,00	4.520,44	0,87719	3.965,30	0,87336	3.947,98
2	46.933,03	53.179,82	59.904,00	6.724,18	0,76947	5.174,04	0,76276	5.128,95
3	49.357,79	55.927,31	63.648,00	7.720,69	0,67497	5.211,24	0,66617	5.143,27
4	52.793,42	59.820,22	67.392,00	7.571,78	0,59208	4.483,10	0,58181	4.405,30
5	54.537,93	61.796,93	71.136,00	9.339,07	0,51937	4.850,42	0,50813	4.745,44
						292,01		-21,14

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 13,31 + 0,5 \left(\frac{292,01}{292,01 + 21,14} \right)$$

$$NTIR = 14,47\%$$

$$TIR_{DEL PROYECTO} = 16,90\%$$

1) Diferencia de TR

$$Dif_{eTIR} = TIR_{del Proyecto} - NuevaTIR$$

$$Dif_{.TIR} = 16,90 - 14,47$$

$$Dif_{.TIR} = 2,43\%$$

2) Porcentaje de Variación

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

$$\%deVariación = \frac{2,43}{16,90} \times 100$$

$$\%deVariación = 14,40\%$$

3) Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{\%Variación}{NuevaTIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{14,40}{14,47}$$

$$Sensibilidad = 0,9954847$$

Cuadro Nro. 70
Análisis de Sensibilidad con una disminución de 10,452% en los ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			10,452%		14,00%		14,50%	
						-23.392,09		-23.392,09
1	45.573,70	56.160,00	50.290,16	4.716,46	0,877193	4.137,24	0,873362	4.119,18
2	46.933,03	59.904,00	53.642,83	6.709,80	0,769468	5.162,98	0,762762	5.117,98
3	49.357,79	63.648,00	56.995,51	7.637,72	0,674972	5.155,24	0,666168	5.088,00
4	52.793,42	67.392,00	60.348,19	7.554,77	0,592080	4.473,03	0,581806	4.395,41
5	54.537,93	71.136,00	63.700,87	9.162,94	0,519369	4.758,94	0,508127	4.655,94
						295,34		-15,58

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 14, + 0,50 \left(\frac{295,84}{295,84 + 15,58} \right)$$

$$NTIR = 14,47\%$$

1) Diferencia de TR

$$Dif e TIR = TIR del Proyecto - Nueva TIR$$

$$Dif .TIR = 16,90 - 14,47$$

$$Dif .TIR = 2,43\%$$

2) Porcentaje de Variación

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

$$\% de Variación = \frac{2,43}{16,90} \times 100$$

$$\% de Variación = 14,35\%$$

$$TIR DEL PROYECTO = 16,90\%$$

3) Sensibilidad

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

$$Sensibilidad = \frac{14,35}{14,47}$$

$$Sensibilidad = 0,99170697$$

h. CONCLUSIONES.

Después de realizar un detallado estudio de la factibilidad de implementar una empresa productora y comercializadora de pan de soya en la ciudad de Loja, se está en la capacidad de abordar lo siguiente:

- El producto que se ofrecerán estará de acuerdo a las necesidades del usuario elaborado con materia de la más alta calidad teniendo siempre presente el control de calidad.
- La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto es de \$ 23.392,09. Esta inversión se financiará en un 30% con capital propio y la diferencia con crédito en la Corporación Financiera Nacional.
- El estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja, determina que el proyecto es ejecutable, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, oferta y niveles de comercialización de este producto.
- La demanda insatisfecha refleja que existe un gran mercado potencial para estos productos.
- La implementación de la empresa estará localizada en el cantón Catamayo, provincia de Loja, para la ubicación de la planta productora y administrativa; estará dotado de los servicios indispensables para el normal funcionamiento de la empresa.

- El proceso de fabricación de pan de soya se lo realizara de tal forma que se ofrezca un producto con excelente sabor, tamaño y a precio moderado.

- La empresa por el motivo que se encuentra ubicada en el cantón de Catamayo, provincia de Loja, genera excelente fuentes de trabajos, contribuyendo al desarrollo de la localidad.

- ~ La evaluación financiera del proyecto proporcionó los siguientes resultados: VAN \$1.784,24, TIR 16,90%, Relación beneficio costo \$1,28, Periodo de recuperación del capital es de 4 años 9 meses y 25 día, el proyecto soporta un incremento en los costos de un 13,31% y una disminución del 10,452% en los ingresos; lo que demuestra la factibilidad del proyecto.

i. RECOMENDACIONES.

Al finalizar el presente estudio de factibilidad se permite sugerir lo siguiente:

- ~ Por la factibilidad técnica, financiera y económica del proyecto, debe ejecutarse el proyecto, puesto que permitirá la creación de nuevas fuentes de trabajo.
- ~ Para implementar una empresa es aconsejable realizar un estudio previo que tienda a minimizar riesgos de tal forma que garantice su rentabilidad y éxito en el mercado.
- ~ Es importante que la implementación de la empresa se lo haga en el menor tiempo posible debido a la constante variación de precios en el mercado y para aprovechar la demanda existente en la zona.
- ~ Otro aspecto que se debería tomar en consideración es contar con una adecuada gestión administrativa de la empresa que garantice su buen funcionamiento logrando así el posicionamiento en el mercado.
- ~ El gobierno debería dar énfasis en estos proyectos de inversión impulsando de esta manera la creación de fuentes de trabajo que permitan de cierta forma que el potencial intelectual, talento humano y fuerza de trabajo sea aprovechada dentro del país.

j. BIBLIOGRAFÍA.

- FLOREZ, U. Juan, Elaboración de proyectos para las PYME, segunda edición 1996.
- COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.
- SAPAG, Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 1988, pág., 54
- Congreso Nacional del Ecuador. Ley Orgánica de Régimen Municipal. Versión electrónica en el Sitio Web de la Asociación de Municipalidades del Ecuador, AME. Quito, Ecuador, 2007
- Módulo 10 Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión.
- MIRANDA, M, Juan, "Gestión de Proyectos" Edición 4, 2003
- OCAMPO, Eliseo, "Costo y Evaluación de Proyectos" Edición 1,2002
- CORDOBA, P, Marcel, "Formulación y Evaluación de Proyectos"
- Folleto "Proceso Administrativo", Módulo III, Administración de Empresas
- Organigramas - Estructura Organizacional - Apuntes de Administración de Empresas y Negocios.
- BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición.
- BONTA Patricio y FARBER Mario, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", link
- FISHER Laura y ESPEJO Jorge, Libro de "MERCADOTECNIA"
- MIRANDA, Juan José; ,(2003)"*Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental*", cuarta ediciónMM, editores- Bogotá.

- PHILIPKotler, autor del libro Dirección de Mercadotecnia // Stanton, Etzel y Walker, autores del libro Fundamentos del Marketing.
- ROSENBERG J.M; (1995) *Diccionario de Administración y Finanzas*; Edit. Océano; Barcelona-España.
- SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programa de Inversión Social Local. (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.
- STANTON, Etzel y WALKER, libro "Fundamentos de Marketing "

INTERNET

- http://es.wikipedia.org/wiki/Cultivo_de_soja.
- <http://www.monografias.com/trabajos6/laso/laso.shtml>
- <http://www.tempeh.info/es/beneficios-soya.php>
- http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_definicion.htm.
- <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-de-mercado-parte-iii.html>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>.
- <http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1n.htm>

- <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/22/localizacion.htm>
- <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ingenieria-proyecto>
- <http://www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml#jera>
- [www.Elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas ymanualesadministrativos/](http://www.Elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas_ymanualesadministrativos/)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Activo_\(contabilidad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Activo_(contabilidad))
- <http://www.ii.iteso.mx/Ing%20de%20costos%20I/costos/tema12.htm>
- <http://definicion.de/capital-de-trabajo/>

- PHILIP Kotler, autor del libro Dirección de Mercadotecnia // Stanton, Etzel y Walker, autores del libro Fundamentos del Marketing. http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_definicion.htm
- FISHER Laura y ESPEJO Jorge, Libro de “MERCADOTECNIA”, link <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>.
- STANTON, Etzel y WALKER, libro "Fundamentos de Marketing", <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>

k. ANEXOS.

DEPRECIACIONES

CUADRO N°8

Tabla de Depreciación de Maquinaria DP.10%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	7750,00	775		6975,00
1	6975,00		697,50	6277,50
2	6277,50		697,50	5580,00
3	5580,00		697,50	4882,50
4	4882,50		697,50	4185,00
5	4185,00		697,50	3487,50

FUENTE: Proforma FRITEGA S.A y Loja-Gas

ELABORACIÓN: La Autora

DEPRECIACIONES

CUADRO N°9

Tabla de Depreciación de Equipo DP.10%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	655,00	65,5		589,50
1	589,50		58,95	530,55
2	530,55		58,95	471,60
3	471,60		58,95	412,65
4	412,65		58,95	353,70
5	353,70		58,95	294,75

FUENTE: Proforma FRITEGA S.A y Loja-Gas

ELABORACIÓN: La Autora

DEPRECIACIONES

CUADRO N°10

Tabla de Depreciación Herramientas 20%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	1430,00	286		1144,00
1	1144,00		228,80	915,20
2	915,20		228,80	686,40
3	686,40		228,80	457,60
4	457,60		228,80	228,80
5	228,80		228,80	0,00

FUENTE: Proforma FRITEGA S.A.

ELABORACIÓN: La Autora

DEPRECIACIONES

CUADRO N°11

Tabla de Depreciación de Equipo de Oficina DE. 10%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	120,00	12		108,00
1	108,00		10,80	97,20
2	97,20		10,80	86,40
3	86,40		10,80	75,60
4	75,60		10,80	64,80
5	64,80		10,80	54,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES

CUADRO N°12

Tabla de Depreciación de Equipo de Computo DP 33.33%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	820,00	273,31		546,69
1	546,69		182,23	364,46
2	364,46		182,23	182,23
3	182,23		182,23	0,00

Fuente: Master Pc. Loja

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES

REPOSICION DEL EQUIPO DE COMPUTO				
Tabla de Depreciación de Equipo de Computo DP 33.33%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	910,00	303,30		606,70
1	606,70		202,23	404,46
2	404,46		202,23	202,23
3	202,23		202,23	0,00

Fuente: Master Pc. Loja

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES

CUADRO N°13

Tabla de Depreciación de Muebles y Enceres DP.10%				
AÑO	DEP. ANUAL	valor residual	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
0	534,00	53,40		480,60
1	480,60		48,06	432,54
2	432,54		48,06	384,48
3	384,48		48,06	336,42
4	336,42		48,06	288,36
5	288,36		48,06	240,30

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

ANEXO N° 1.

ENCUESTA DIRIGIDAS A LOS USUARIOS DEL PRODUCTO.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

Como estudiante del décimo módulo de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, y previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, le solicito a usted de la manera más comedida se digne contestar la presente encuesta, la cual tiene como finalidad recopilar información para la elaboración de un proyecto de inversión denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE SOYA EN EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**.

1. ¿Usted consume pan?

SI () NO ()

2. ¿Qué tipo de pan usted consume?

.....

3. ¿En dónde adquiere el producto?

.....

4. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere el producto?

CANTIDAD

FRECUENCIA

1-5 ()	Diario ()
6-10 ()	Semanalmente ()
11-15 ()	Quincenal ()
16-20 ()	Mensual ()

5. ¿A qué precio adquiere el pan?

0,20 ()	0,30 ()
0,25 ()	0,35 ()

6. ¿Qué tipo de promociones recibe por la compra de este producto?

.....
.....

7. ¿Ha consumido usted Pan de soya?

SI () NO ()

8. ¿Si su respuesta es positiva, en qué lugar adquirió el producto?

Panificadoras ()

Tiendas ()

Supermercados ()

Otros.....

9. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere de este producto?

CANTIDAD		FRECUENCIA	
1-5	()	Diario	()
6-10	()	Semanalmente	()
11-15	()	Quincenal	()
16-20	()	Mensual	()

10. ¿A qué precio lo adquiere al pan de soya?

0,20	()	0,30	()
0,25	()	0,35	()

11. ¿Recibe algún tipo de promoción por la compra de este producto?

12. ¿En caso de que se implementará una empresa comercializadora y productora de Pan de Soya en el cantón Catamayo, usted estaría dispuesto adquirir este producto?

SI () NO ()

13. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Panificadoras ()
Tiendas ()
Supermercados
Otros.....

14. ¿Qué cantidad de pan de soya consumiría usted semanalmente?

1-5	()	6-10	()
11-15	()	16-20	()

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el pan de soya?

0,20	()	0,30	()
0,25	()	0,35	()

16. ¿Qué tipos de promociones le gustaría recibir por la compra de este producto?

17. ¿Conoce alguna empresa que se dedique a la producción y comercialización de Pan de Soya?

SI () NO ()

Indique su nombre.....

18. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se realice la publicidad y cuales son de mayor frecuencia?

Radio () Cual.....Prensa () Cual.....
Televisión () Cual.....
Otros.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL PRODUCTO.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

Estimado Señor (a).

Como estudiante del décimo módulo de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, y previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, le solicito a usted de la manera más comedida se digne contestar la presente encuesta, la cual tiene como finalidad recopilar información para la elaboración de un proyecto de inversión

8. ¿Qué cantidad de pan vende usted mensualmente?

1 - 200	()	401-600	()
201-400	()	601-800	()

9. ¿Cuál es el precio de venta del pan?

0,20	()	0,30	()
0,25	()	0,35	()

10. ¿Con qué frecuencia adquieren el producto?

Diario	()	Mensual	()
Semanalmente	()		

11. ¿En donde adquiere usted la materia prima para realizar el producto?

.....

12. ¿Realiza algún tipo de promociones en la venta del producto?

.....

13. ¿Realiza usted publicidad para que conozcan de su producto, que medio utiliza?

SI ()	Televisión	()
NO ()	Radio	()
Otro.....		

14. ¿Usted vende Pan de soya?

SI ()	NO	()
--------	----	-----

15. ¿Qué cantidad de pan de soya vende diariamente?

1 - 200	()	401-600	()
201-400	()	601-800	()

16. ¿Con qué frecuencia adquieren este producto?

Diario	()	Mensual	()
Semanalmente	()		

17. ¿En donde adquiere usted la materia prima para realizar el producto?

.....

18. ¿Cuál es el precio de venta del pan de soya?

0,20	()	0,30	()
0,25	()	0,35	()

19. ¿Realiza algún tipo de promociones en la venta del producto?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

INDICE.

PORTADA.....	i
CERTIFICACION	ii
AUTORIA	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
a. TEMA	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	4
c. INTRODUCCION	6
d. REVISION DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y METODOS	16
f. RESULTADOS	21
g. DISCUSIÓN	53
h. CONCLUSIONES.....	134
i. RECOMENDACIONES.....	136
j. BIBLIOGRAFIA.....	137
k. ANEXOS.....	140
Índice.....	146