



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO”

Tesis previa a la obtención
del Grado de Ingeniera
Comercial

AUTORA:

Ginger Paola Correa Peña

DIRECTOR:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

1859

LOJA- ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Doctor
Luis Quizhpe Salinas MAE.
DIRECTOR DE TESIS

Que la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO" elaborada por GINGER PAOLA CORREA PEÑA, luego de verificar que cumple con las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación para que la aspirante pueda continuar con los trámites de rigor como requisito para obtener el grado de Ingeniera Comercial.

Loja, Septiembre del 2015

Atentamente;



Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.
DIRECTOR DE TESIS

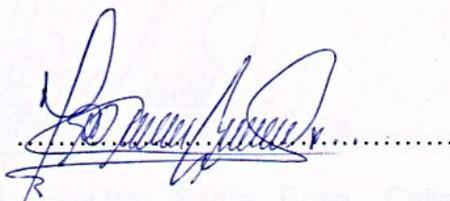
AUTORÍA

Yo, Ginger Paola Correa Peña, 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: Ginger Paola Correa Peña

Firma:



Cédula: 0703625814

Fecha: Loja, Septiembre del 2015

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Ldo. Quirce Salinas MAE

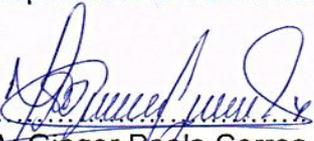
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Ginger Paola Correa Peña, declaro ser autora de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO”**, como requisito para optar al Grado de: **INGENIERA COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 16 días del mes de Septiembre del dos mil quince, firma la autora.

FIRMA: 

AUTORA: Ginger Paola Correa Peña

CÉDULA: 0703625814

DIRECCIÓN: El Oro, Santa Rosa, Calles: Av. Eloy Alfaro y Capitán Edmundo Chiriboga

CORREO ELECTRÓNICO: ginger_correa@hotmail.com

TELEFONO: 2945-790 **CELULAR:** 0998911418

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.	(Presidente)
Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc	(Vocal)
Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.	(Vocal)

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por brindarme salud y sabiduría, a mi amada madre Juana Peña por ser mi ejemplo de vida por su esfuerzo, dedicación y por su apoyo incondicional, a mis queridos hermanos, a mis hijas Dayanna y Shirley que son la razón de mi vida y el motor para crecer como persona y profesional.

Gracias por estar siempre conmigo y culminar con éxito este proyecto.

Ginger Paola Correa Peña

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes con su apoyo y guía fueron el pilar fundamental para mi capacitación, así también agradezco a todas las personas que de una u otra manera han aportado con un granito de arena para la realización de esta investigación y en especial para el Dr. Luis Quizphe, director de tesis, quien con sus conocimientos y enseñanzas me guió para culminar satisfactoriamente el presente trabajo.

Ginger Paola Correa Peña

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE
EL ORO”**

b. RESUMEN

El principal objetivo de este proyecto es el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de machica de soya y su comercialización en la ciudad de Santa Rosa, provincia de El Oro, el mismo que ha impulsado para realizar el análisis a todos los aspectos que conforman esta investigación.

Los métodos utilizados fueron diferentes como el método científico, deductivo, inductivo, analítico y además de utilizo la técnica de la observación, entrevistas y encuestas realizadas a la población objeto de estudio.

Se determinó el estudio de mercado en el Ciudad de Santa Rosa Provincia de el Oro con una muestra de 389 familias se obtuvo que el 61% compran machica, mientras que el 39% no compra machica. La demanda potencial en estudio representa a 13.815 familias, la demanda real 8.427 familias con 143.264 paquetes de 500g, la demanda efectiva es 84.526 paquetes de 500g. la oferta es de 8448 y la demanda insatisfecha es de 76.703 paquetes de 500g. Lo cual determino que el proyecto es realizable.

En el estudio técnico se estableció la localización del proyecto en una macro localización y en una micro localización utilizando los factores de localización; de igual manera de determinó la ingeniería del proyecto,

diagramas de procesos, los requerimientos tecnológicos como maquinaria, equipo, muebles y enseres, y equipo de cómputo.

Se realizó el estudio administrativo constitución de la microempresa como una compañía de sociedad anónima y su estructura orgánica con sus niveles jerárquicos de las diferentes áreas a través de los organigramas detallando las funciones de cada persona en el manual de funciones.

Se ejecutó el estudio financiero, en él se estableció las inversiones y el financiamiento mediante capital propio de los socios y capital externo para obtenerlo vía crédito con el Banco Nacional de Fomento, que son los valores correspondientes al requerimiento necesario para poner en marcha el proyecto.

La evaluación financiera presenta un VAN positivo de 71.386,50; TIR 94,71; RBC por cada dólar de capital recibe 0.35 ctvs. de ganancia; El Periodo de recuperación de la inversión es de 1 años, 6 meses, y 29 días; el proyecto es Sensibilidad al incremento en los costos del 2.00%; y a la disminución en los ingresos del 2.60%.

Entre las conclusiones y recomendaciones puedo decir que es proyecto es conveniente ejecutarlo por los resultados obtenidos en la evaluación financiera.

b. ABSTRACT

The main objective of this project is a feasibility study for the creation of a company producing soy Machica and marketing in the city of Santa Rosa, El Oro province, the same that has driven for analysis to all aspects that make this research.

The methods used were different as scientific, deductive, inductive, analytical method and also use the technique of observation, interviews and surveys of the population under study.

Market research while 39% purchase Machica not determined in the City of Santa Rosa El Oro province with a sample of 389 families was obtained that 61% buy Machica, The study potential demand represents 13,613 families, the real demand 143 264 8,427 families with 500g packages, effective demand is 84.526 packages of 500g. the offer is 8448 and the unmet demand is 76.703 500g packages. Which determined that the project is feasible.

In the technical study of the project location it is established in a macro and micro location location using location factors; He determined equally from the project engineering, process diagrams, technological requirements such as machinery, equipment, furniture and fixtures, and computer equipment.

Administrative constitution microenterprise study was conducted as a joint-stock company and its organizational structure with its hierarchy of

different areas through organizational charts detailing the roles of each person in the operating functions.

Financial study, investments and financing was established through equity partners and foreign capital to get it via credit with the National Development Bank, which are the values corresponding to requirements necessary to implement the project was implemented.

The financial evaluation has a positive VAN of 71.386,50; TIR 94,71; RBC capital for every dollar received 0.35 cents. gain; The period of payback is 1 years, 6 months, and 29 days; the project's sensitivity to increased costs of 2.00%; and to the decrease in revenues 2.60%.

Among the conclusions and recommendations I can say that it is desirable project is run by the results of the financial evaluation.

c. INTRODUCCIÓN

En la actualidad con el mundo industrializado, existen en el mercado muchos productos alimenticios procesados que contiene aditivos, preservantes, colores etc. bajando la calidad nutritivo de los alimentos que diariamente las familias consumen, hoy en día en nuestro país y en el mundo existe un mercado creciente de alimentos naturales que provean de los nutrientes necesarios para un desarrollo óptimo.

La soya tiene una gran gama de presentaciones con alta demanda en el mercado nacional, la machica de soya será una novedosa y nueva forma de consumir la soya en la ciudad de Santa Rosa dando un producto natural con alto valor nutritivo a las familias. La machica de soya es una receta de nuestros abuelos, que se está perdiendo en el tiempo rica en proteínas y aminoácidos, la cual se quiere rescatar a través de este proyecto.

Es por tal razón que se realizó un estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora de Machica de Soya y su comercialización en la ciudad de Santa Rosa provincia de El Oro. Que se Instalará en la ciudad de Santa Rosa, cuenta con tecnología necesaria para realizar un proceso productivo eficiente y eficaz en la proceso de producción y comercialización para las familias de la ciudad de Santa Rosa; generará fuentes de trabajo en el lugar, servirá de motivación para personas interesadas en invertir en el desarrollo empresarial.

El estudio de mercado se lo realizo tomando una muestra de la población de estudio para facilitar con herramientas estadísticas los datos que determinaron la oferta y la demanda, análisis de precios y la comercialización.

El estudio técnico se lo realizo considerando la demanda insatisfecha y se determinó la capacidad instalada, utilizada, el tamaño, localización adecuada, y la ingeniería del proyecto considerando los requerimientos óptimos para la puesta en marcha del proyecto.

El estudio administrativo se lo describe en la organización jurídica y administrativa de la Empresa, conformado por manual de funciones de cada uno de los funcionarios que conformaran la microempresa con su respectivo organigrama.

El estudio económico se sistematizo la información del proyecto en carácter monetario definiéndose las inversiones y elaboración de cuadros de presupuesto.

En el estudio Financiero se aplicaron los indicadores de medición para determinar el VAN, TIR, PRC, RBC y el Análisis de Sensibilidad. Con los resultados obtenidos en cada uno de ellos se puede recomendar que el proyecto es factible desde el punto de vista económico.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Alimentación

La ciencia de la alimentación que se ocupa de cómo suministrar al individuo los requerimientos y las recomendaciones nutricionales. Consiste en la búsqueda y selección de una serie de productos naturales o transformados (alimentos), procedentes del medio externo, que aportan los elementos necesarios para el funcionamiento normal del organismo. La alimentación termina cuando llega el alimento a la boca y se trata de un proceso consiente y voluntario, influenciado por un elevado número de factores exógenos al individuo (culturales, económicos, sociales, religiosos, etc.) además susceptible de educación. La cual es de gran importancia si consideramos que una cuidada alimentación es dependiente de unos educados conocimientos en nutrición y conduce a un satisfactorio estado nutricional, y en definitiva, a una mayor calidad de vida.¹

Nutrición

La nutrición es la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición (una dieta suficiente y

¹ PEREZ Llamas Francisca, ZAMORA Navarro Salvador; Nutrición y Alimentación Humana, Aula de Mayores Universidad de Murcia, 2002, Pg. 16

equilibrada combinada con el ejercicio físico regular) es un elemento fundamental de la buena salud.

Una mala nutrición puede reducir la inmunidad, aumentar la vulnerabilidad a las enfermedades, alterar el desarrollo físico y mental, y reducir la productividad.

La nutrición es uno de los pilares de la salud y el desarrollo. En personas de todas las edades una nutrición mejor permite reforzar el sistema inmunitario, contraer menos enfermedades y gozar de una salud más robusta.²

Machica

Gráfico No. 1



Fuente: provefru.com

Es un alimento tradicional de los andes ecuatorianos. La machica en nuestro país es harina tostada de cebada mientras que en Perú es “harina

² Organización Mundial de la Salud, <http://www.who.int/topics/nutrition/es/>

tostada de maíz que los indios comen mezclada con canela y azúcar”³,
“Machica, según su pronunciación significa harina tostada”⁴

Harinas.- Son el resultado de un proceso de producción, tostado o estabilizado (que todos los elementos estén en concordancia: proteínas, carbohidratos y grasas), molido y clasificado, así tenemos algunas variedades.

- Harina de Maíz
- Harina de Plátano
- Harina de Alverja
- Pinol
- Harina de Haba
- Harina Integral
- Sémola
- Machica

Soya

Gráfico No. 2



Fuente: <http://www.alimentos-saludables.com>

³LESCURE Beruete Luis Felipe; Diccionario Gastronómico, Visión Net, Madrid – España, Pg. 136

⁴KLOR de Alba Jorge, GOSSEN Gary, LEON Portilla Miguel, Gutiérrez Estevez Manuel; De Palabra y Obra en el Nuevo Mundo, Siglo XXI de España Editores S.A, Madrid – España, 1995, Pg. 245

La soya, cuyo nombre científico es *Glycinemax*, se cultiva mediante semillas que contienen aceite y proteínas. Los granos de soya son considerados muy versátiles, ya que pueden ser consumidas como semillas de soya, brotes de soya, y asimismo pueden ser procesados para obtener derivados como leche de soya, tofu, salsa de soya y harina. Además, la soya puede ser insumo de productos no comestibles, tales como cera para velas y biodiesel.

De acuerdo al INIAP, las condiciones agroecológicas necesarias para el cultivo de soya en Ecuador son: entre 400 a 600 mm de lluvia durante el ciclo de la planta, 12 horas de luz por día, una temperatura de 22 a 30 °C, y un suelo de franco arenoso o franco arcilloso con un pH que oscile entre 5,5 a 7,0.

La producción de soya predomina en América con un promedio anual de 172'885.867 TM en la última década, lo cual representa el 85% del total mundial. Es necesario mencionar que en cuanto a la superficie cosechada de soya. América también es el continente que sobresale ya que ocupa el 75% del área total destinada a este cultivo; lo anterior resulta en el mejor rendimiento a nivel mundial con un promedio de 2,60 TM/Ha para el mismo período.

El presente informe recoge la descripción de la cadena de la soya en Ecuador desde su contexto macro, meso y micro económico, y para dicho fin utiliza el enfoque de cadena de los sistemas agroalimentarios. El

documento se divide en dos grandes esferas: el análisis de la cadena a nivel internacional, y el análisis en la esfera nacional donde se destaca la descripción de la cadena y su funcionamiento a nivel nacional.⁵

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA SOYA⁶

SEMILLA DE SOYA	
Composición por 100 gramos	
de semilla de soja madura y cruda ¹	%CDR ²
ENERGÍA	446 kcal
PROTEÍNAS	36,5 g
LÍPIDOS TOTALES	19,9 g
Ácidos grasos saturados	2,9 g
Ácidos grasos monoinsaturados	4,4 g
Ácidos grasos polinsaturados	11,2 g
Omega-3	1,3 g
Omega-6	9,9 g
Colesterol	0 mg
GLÚCIDOS TOTALES	30,2 g
Azúcares	7,3 g
FIBRA DIETÉTICA	9,3 g
SODIO	2 mg
CALCIO	277 mg
VITAMINA A	22 IU
VITAMINA D	0 µg

¹ Fuente: [USDA's National Nutrient Database for Standard Reference](#), para adultos y niños mayores de 4 años, basado en una dieta de 2000 calorías. Es importante remarcar que los valores pueden ser superiores o inferiores en función de las necesidades específicas de cada persona.

² CDR: Cantidades Diarias Recomendadas.

⁵ INEC; Análisis del Sistema Agroalimentario de la Soya en el Ecuador, Pg. 6

⁶ <http://sojaysalud.com/composicion-nutricional-de-la-soja.php>

Machica de Soya

Es el frejol de la soya tostado y molido transformado en harina fina (a diferencia de la harina de soya la machica necesita más tiempo de tueste) para bebidas conocidas como coladas o también para otras utilidades referente con los alimentos.

MARCO CONCEPTUAL

Proyecto.

Definición.- “Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendentes a resolver, entre muchas una necesidad humana.”⁷

Proyecto de Factibilidad

Es el estudio mediante el cual se determina la necesidad de recursos necesarios para llevar a cabo el objetivo o meta señalada (el Proyecto).

Es la primera etapa de un sistema informático. Los tipos de factibilidad son:

Factibilidad técnica, económica y operacional u organizacional.”⁸

a). Factibilidad Técnica.

- Mejora del sistema actual.
- Disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades.

b).- Factibilidad Económica.

- Tiempo del analista.
- Costo de estudio.

⁷ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Tercera Edición 1999

⁸Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición 2013

- Costo del tiempo del personal.
- Costo del tiempo.
- Costo del desarrollo / adquisición.

c).- Factibilidad Operativa.

- Operación garantizada.
- Uso garantizado.

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en las mismas que se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo.

Objetivo de un Estudio de Factibilidad.

- 1.- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- 2.- Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas.”⁹

⁹Módulo 9 de la carrera de Administración Empresarial.

EL ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado es necesario un diagnóstico e interpretación de los factores que inciden en el producto como precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción para conocer el posicionamiento del producto.

Para ello requerimos los siguientes elementos:

- ◆ Información Base
- ◆ Producto principal
- ◆ Estudio de la demanda
- ◆ Estudio de la oferta
- ◆ Situación base

INFORMACIÓN BASE

Constituyen los resultados obtenidos de las fuentes primarias y analizadas mediante instrumentos de investigación con diferentes técnicas.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se determinará mediante la siguiente fórmula tomando en cuenta la población total de mujeres.

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

De Donde: n= Tamaño de la muestra
 N=Población Total
 E=Error experimental

PRODUCTO

Es el resultado natural del proceso productivo con todos sus atributos como tamaño, forma, empaque, marca, logotipo, eslogan, envase, normas sanitarias y de calidad así como los colores y texturas.

CLASES DE PRODUCTOS

Productos de consumo

Productos de conveniencia

Productos de uso frecuente

Productos especializados

Productos intermedios

Productos de capital.

DEMANDA

Es importante en el estudio de mercado ya que integra las necesidades de adquisición, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales el mismo que permite conocer la estructura del consumo, de los consumidores, geográfica de la demanda así como la interrelación de

la misma, los motivos que originan la necesidad potencial o la fuente potencial de mercado.

DEMANDA POTENCIAL

Es toda la población en estudio segmentada.

DEMANDA REAL

Es toda la población segmentada que en realidad adquiere un producto.

DEMANDA EFECTIVA

Es toda la población segmentada que en la práctica es que va a adquirir un producto en el mercado.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El método de regresión lineal indica la forma como se relacionan las variables. Su fórmula de cálculo es la ecuación de la recta.

$$Y_n = a + bx$$

De Donde

Y_n = valor proyectado

a = Demanda promedio del período

b = Tasa de incremento

x = Valor correspondiente al año que se proyecta.

LA OFERTA:

Se debe tener en cuenta el comportamiento de los competidores para establecer estrategias que permitan desempeñarse mejor mediante la estructura del mercado y determinando la situación intermedia.

DEMANDA INSATISFECHA

Una vez comparada la demanda efectiva con la oferta proyectada podemos estimar la demanda insatisfecha.

PRECIO

Es el que define el nivel de ingresos mediante la elasticidad precio de la demanda, teniendo conocimiento del precio de la competencia, de productos sustitutos, complementarios, de los costos de producción y distribución, así como de las características de la propensión al ahorro por los consumidores, reacciones de intermediarios, del consumidor y legislación comercial.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Es el movimiento de bienes y servicios mediante estrategias adecuadas que comprenden los aspectos de mercado como la fijación de precios, medidas de promoción en la organización de ventas dentro de los canales de distribución con las respectivas comisiones y descuentos y obtener así los costos de distribución.

PROMOCIÓN

Es el estímulo al consumidor de comprar dicho producto y el del distribuidor venderlo efectuando promociones de ventas orientadas hacia el consumidor final, mediante la promoción que llega al consumidor o entre los intermediarios.

PUBLICIDAD O PROPAGANDA

Es cualquier forma pagada de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por parte de un patrocinador identificado por el anunciante, la agencia y los medios publicitarios.

FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

FUENTES PRIMARIAS

Son aquéllas investigadas precisamente por el interesado o por personal contratado por él, y se obtienen mediante entrevistas o encuestas a los clientes potenciales o existentes o bien, a través de la facturación para los negocios ya en operación, con el fin de detectar algunos rasgos de interés para una investigación específica.

FUENTES SECUNDARIAS

Es importante agotar todas las posibilidades de búsqueda de información secundaria antes de realizar un trabajo de campo con el fin de que esta sea mucho más rentable tenemos las fuentes internas que provienen del seno de la empresa y externas obtenidas en el exterior de la misma.

Fuentes externas: Censo, Publicaciones, Informes; Fuentes internas: Registros contables, Banco de datos.”¹⁰

¹⁰ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición. 2013

ESTUDIO TÉCNICO

Es la reunión y análisis de los antecedentes que guardan relación con la factibilidad de producir el bien o servicio por parte del proyecto y el efecto que tienen sus variables en la rentabilidad del mismo.¹¹

OBJETIVOS

- Definición de la tecnología del proyecto
- Definición de la unidad productora
- El tamaño del proyecto

TAMAÑO

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

CAPACIDAD DEL PROYECTO

Capacidad Instalada Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.

Capacidad Utilizada Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

¹¹<http://www.wikiteka.com/apuntes/parte3/>

FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

En la práctica determinar el tamaño de una unidad de producción es una tarea limitada por relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, las disponibilidades de materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento todos estos nos simplifican a ideas aproximadas de determinar el tamaño de la unidad productiva.”¹²

LOCALIZACIÓN

El objetivo general de este punto es llegar a determinar en donde se instalará la planta.

PROCESO DE LOCALIZACIÓN

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), hasta identificar una zona urbana o rural (micro-localización), para finalmente determinar un sitio preciso.

¹² José Sapag P. Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Tercera Edición.

FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACIÓN.

- Proximidad y disponibilidad del mercado
- Proximidad y disponibilidad de materias primas.
- Medios de transporte.
- Disponibilidad y servicios públicos
- Influencia del clima.
- Mano de obra. Otros factores.¹³

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la determinación del proceso productivo, la adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta.

PROCESO DE PRODUCCIÓN.

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes o servicios a partir de insumos y materias primas para convertirla en artículo Mediante la función de manufactura.

Diagrama de Flujo se Utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar las actividades realizadas en el proceso productivo.

¹³ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición

 **Operación.-** Significa cambio o transformación.

 **Transporte.-** Movilización de un sitio a Otro.

 **Demora.-** Hay que esperar turno o el proceso necesita espera.

 **Almacenamiento.-** Tanto de materia prima, o del producto terminado.

 **Inspección.-** Control que se ejecute bien la operación.

Este método es el más utilizado para representar procesos.”¹⁴

¹⁴Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición.

ESTUDIOS ADMINISTRATIVO.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL.

BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos

- 1. Acta constitutiva.** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- 2. La razón social o denominación.** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.¹⁵
- 3. Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
- 4. Objeto de la sociedad.** “Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar

¹⁵ Módulo 9 Evaluación de proyectos de inversión empresarial

bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

5 Capital social. Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

6 Tiempo de duración de la sociedad. Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

7 Administradores. Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma”¹⁶

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los

¹⁶ Módulo 9 Evaluación de proyectos de inversión empresarial

recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo-Directivo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.”¹⁷
- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la

¹⁷ Módulo 9 Evaluación de proyectos de inversión empresarial

empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel Asesor.-** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la¹⁸ posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.
- **Nivel de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.-** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

¹⁸ Módulo “Elaboración y Evaluación de Proyectos de inversión Empresarial

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De esta forma, los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas. Son muy utilizados ya que resultan sencillos y rápidos de comprender.

Para analizar y comprender un diagrama de estas características es importante entender que los cuadros representan cada uno de los puestos de la estructura organizacional, y las líneas, la cadena de autoridad y la comunicación que los une.

FUNCIONES DE LOS ORGANIGRAMAS

Los organigramas cumplen dos funciones importantes. Por un lado, permiten analizar la estructura para detectar fallas. Algunas de las situaciones más importantes que pueden ser encontradas por este método son:

- Fallas de control interno
- Duplicación de funciones
- Departamentalización inadecuada
- Funciones importantes que se han descuidado

- Falta de claridad respecto del tipo de autoridad que se le asigna a un cargo.”¹⁹

Por otro lado, los organigramas cumplen una función como medio de comunicación dentro de la organización.

TIPOS DE ORGANIGRAMAS

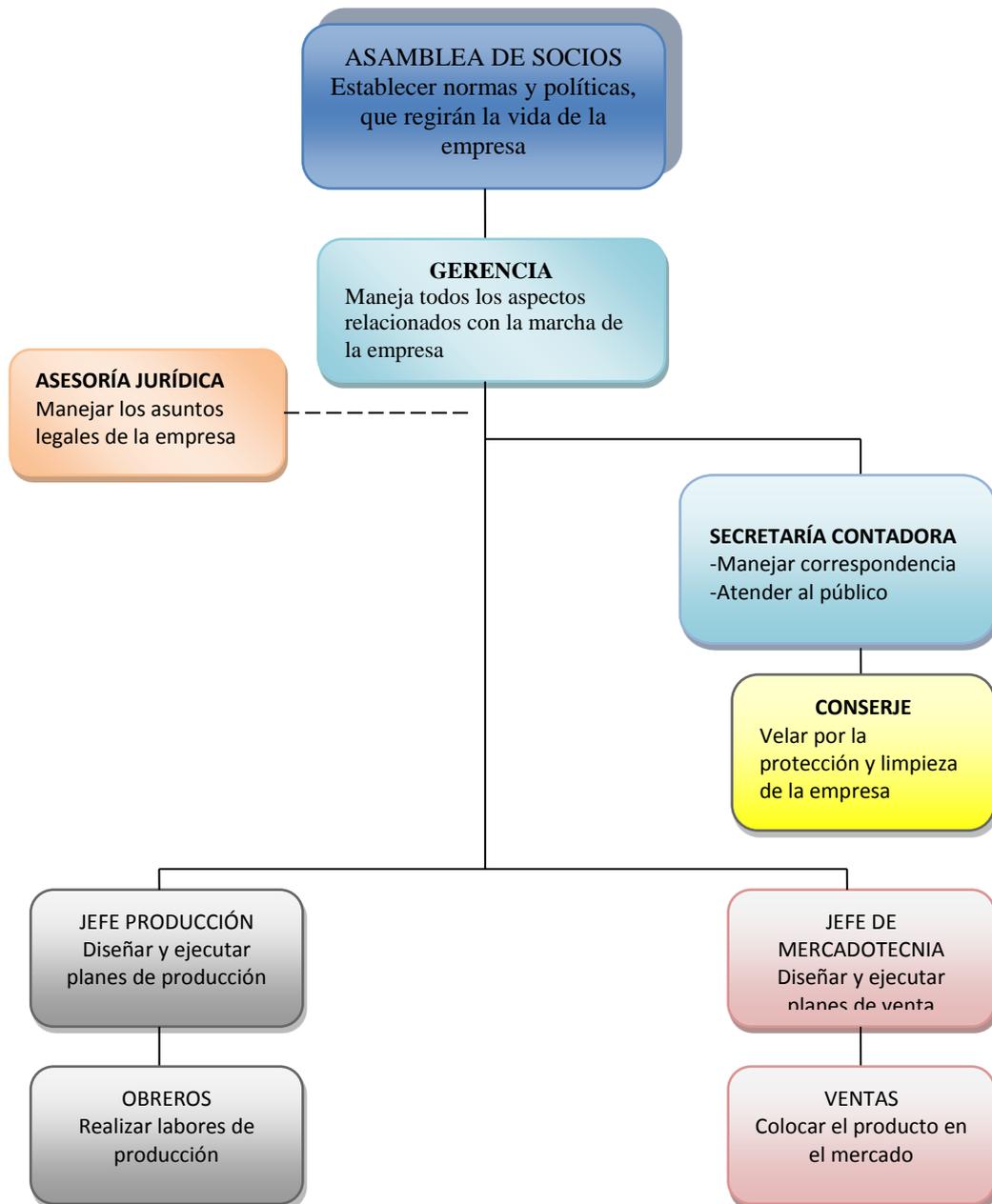
Existen distintos tipos y clasificaciones de organigramas, los cuales se pueden distinguir segundo los siguientes criterios:

Organigramas Estructurales. Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

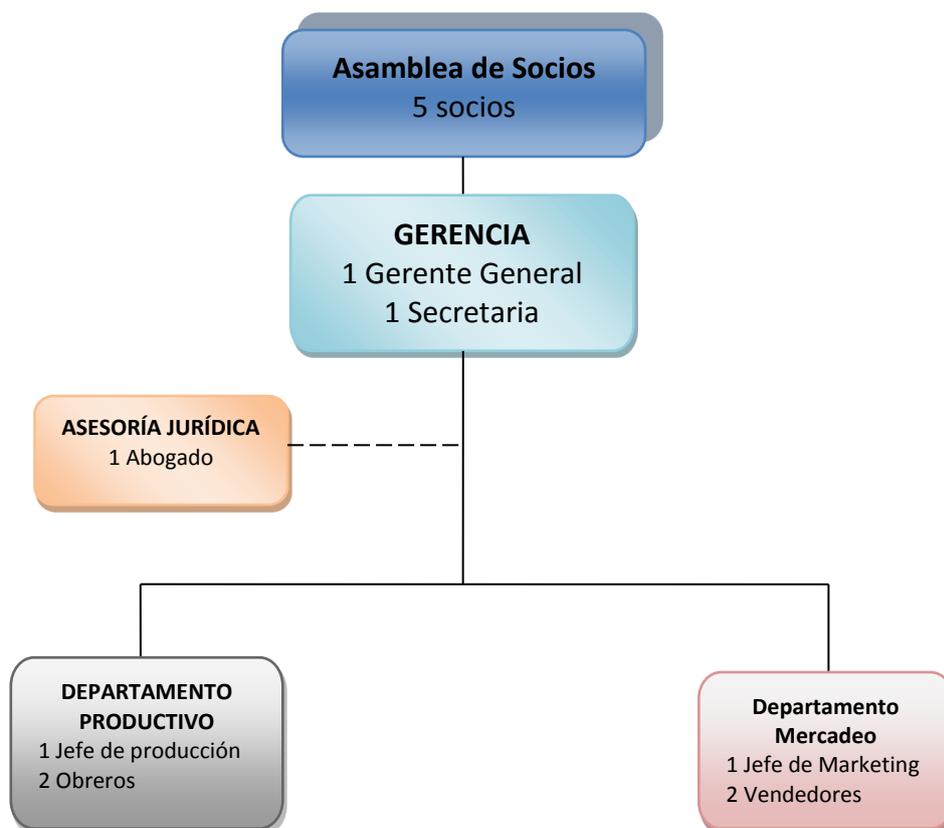


¹⁹Chavienato Idalberto Manual de Administración de Recurso Humano

Organigramas Funcionales. Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.



Organigramas Posicionales. Resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas.



MANUAL DE FUNCIONES.- Es un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- ✓ Relación de dependencia (Ubicación interna)
- ✓ Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- ✓ Naturaleza del trabajo
- ✓ Tareas principales.
- ✓ Tareas secundarias.
- ✓ Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada y ordenada su trabajo.”²⁰

²⁰ Chavienato Idalberto Manual de Administración de Recurso Humano

ESTUDIO ECONÓMICO

“El objetivo del estudio económico es determinar cuál será la cantidad de recursos económicos necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.”²¹

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

El proyecto permite la puesta en marcha de las inversiones, al momento de realizar la instalación del proyecto, las inversiones se pueden clasificar en tres clases:

Inversiones Fijas:

Son las que se realiza en bienes tangibles y permiten garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización para la empresa: terrenos, construcciones y obras civiles, maquinaria y equipo, vehículos y muebles.

Inversiones diferidas:

Son las que se realizan sobre la compra de derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, podemos encontrar: estudios técnicos y

²¹ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición.

jurídicos, gastos de organización, gastos de montaje, instalación, pruebas y puesta en marcha, uso de patentes y licencias, capacitación, gastos financieros durante la instalación.

INGRESO

El ingreso es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones y se dice que el ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad. El precio medio es igual al ingreso medio.

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

El costo es la suma de obligaciones en que se incurre una persona física o moral para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.

Para los proyectos de inversión los costos están divididos en:

- Costo de producción.
- Gastos de administración.
- Costos de ventas.
- Costos financieros.

Los costos de producción. Están formados por los elementos que continuación se enuncian.

1. Materias primas
2. Mano de obra directa.
3. Mano de obra indirecta.
4. Materiales indirectos.
5. Costo de insumos.
6. Costo de mantenimiento.
7. Cargos por depreciación y amortización.

Los gastos de administración. Son los provenientes de la actividad administrativa dentro de la empresa; todos los gastos que no pertenezcan directamente a producción o a ventas en una empresa se deben de cargar a los costos de administración y costos generales.

Los costos de ventas. Son los costos se llevan a cargo en el área de la empresa que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor.

El costo financiero. Son los intereses que deben de pagarse por concepto de préstamos de capital.”²³

²³ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición.

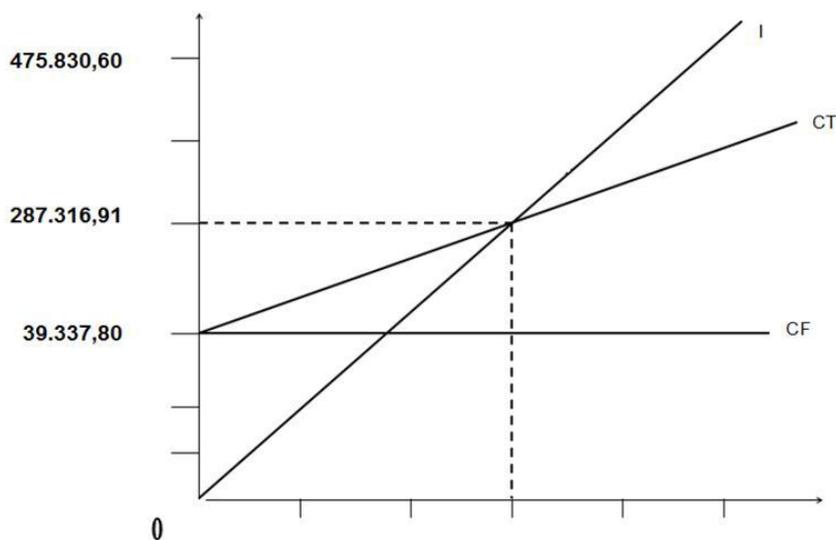
Depreciaciones y Amortizaciones. Depreciación es el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos.²⁴

CAPITAL DE TRABAJO

Es el capital adicional, lo que necesitamos para hacer la primera corrida de producción antes de recibir ingresos (activo circulante), simplemente, el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde el ingreso por ventas es igual a la suma de los costos fijos y costos variables.



²⁴Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Costos Fijos:

Son aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción.

Costos Variables:

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades el costo variable es alto.

Unitariamente el costo variable se considera Fijo, mientras que en forma total se considera variable.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de la secuencia del análisis de factibilidad de un proyecto.

Analiza la viabilidad financiera de un proyecto, en la que sistematiza la información monetaria de los estudios precedente y se analiza su financiamiento.

EVALUACIÓN FINANCIERA

“Pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión y saber si es procedente o no la implementación de la futura empresa como recompensa al riesgo de invertir su capital y su visión para los negocios de inversión”.²⁵

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Es el aquel que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación.

²⁵ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición.

Debe determinarse para su implementación el cambio de las diferentes partidas del Balance General que inciden el efectivo.

EVALUACION EMPRESARIAL

“Corresponde al punto de vista de la empresa y sus inversionistas privados, quienes efectúan contribuciones de recursos en calidad de aportaciones necesarias para la realización del proyecto”²⁶.

Este se realiza por lo general desde 3 puntos de vista:

Evaluación económica, evaluación financiera, y evaluación del accionista; utilizando para ello el flujo de caja proyectado.

Los indicadores más utilizados son: valor actual neto, tasa interna de retorno, coeficiente beneficio costo, y periodo de recuperación.

VALOR ACTUAL NETO

Es el resultado que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Equivale a todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en equivalente en este momento o tiempo cero.

Formula:

²⁶ LEDESMA MARTINEZ, Zuleima(1997), Análisis Económico Y Social de un Proyecto

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

Para decisión se toma en cuenta los siguientes criterios:

Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión

Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión

Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en determinar el número de años o periodos que se necesita para recuperar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo que generará el proyecto.

Fórmula:

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

DONDE:

a= Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b= Inversión Inicial.

c= Flujo de efectivo acumulado del año anterior en que se recupera la inversión.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO.

Consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener.

FORMULA

$$R (B/C) = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

TASA INTERNA DE RETORNO.

Permite interpretar cual sería la tasa más alta de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión.

Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.²⁷

Fórmula:

Tm = Tasa menor

Dr = Diferencia de Tasa

$$TIR = Tm + Dt. \left[\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right]$$

²⁷ Baca Urbina Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill; Séptima Edición.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre en cambios son los ingresos y los costos por ello es necesario conocer cuánto es susceptible estos cambios el proyecto.

Criterios de decisión.²⁸

- “Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto es sensible y sufre efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.”²⁹

Fórmula:

$$NTIR = TM + Dt. \left[\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right]$$

DIFERENCIA DE TIR

$$Dif.Tir = TirProy - Nueva Tir$$

PORCENTAJE DE VARIACION

$$\%Var. = (Dif. Tir / Tir del proyecto) * 100$$

SENSIBILIDAD

$$Sensib. = \% Var. / Nueva Tir$$

²⁸Módulo 9 Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

²⁹Módulo 9 Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización del presente proyecto se utilizaron materiales, métodos y técnicas las cuales señalamos a continuación:

MATERIALES.

De conformidad a la naturaleza y característica del proyecto ejecutado, fue necesaria la utilización de los siguientes materiales como sustento de aporte de campo y a la presentación del informe final de investigación.

- Material Bibliográfico. (libros, internet, revistas, proyectos investigativos, etc.)
- Material de Oficina. (hojas, lápiz, esferográficos, borradores, marcadores, etc.)
- Materiales y Accesorios Informáticos. (impresora, computadora, tintas o cartuchos, etc.)
- Materiales de Demostración y Exposición. (proyector, laptop, pantalla, etc.)

MÉTODOS.

Para llevar a efecto el presente trabajo investigativo se utilizaron métodos necesarios que sirven para ordenar la información recopilada, y

de esta forma poder cumplir los objetivos planteados; culminando con éxito el presente trabajo.

El trabajo se basó principalmente en contribuir a la identificación de nuevas oportunidades de inversión empresarial, contribuyendo al desarrollo socio - económico de la ciudad de Santa Rosa para dar cumplimiento a los diversos procedimientos y métodos de investigación se realizó de la siguiente manera:

MÉTODO INDUCTIVO

Es un proceso analítico – sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

Este método se lo utilizó en la redacción y delimitación de los problemas existentes y así determiné el tema para la elaboración de la tesis.

MÉTODO DEDUCTIVO

Sigue un proceso sintético – analítico, en el que se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las que se aplican; o examinan casos particulares sobre la base de afirmaciones generales presentadas.

Se utilizó para realizar debidamente las interpretaciones de los resultados de la evaluación financiera, y para desarrollar las conclusiones, recomendaciones del proyecto de investigación.

MÉTODO ANALÍTICO.

Permite analizar la información recopilada para luego procesarla, es decir, consiste en un examen minucioso de un hecho particular.

El mismo que se lo manejó en el análisis e interpretación de los diferentes procedimientos realizados, así como también para el diseño de organigramas y su respectivo manual de funciones.

TÉCNICAS

Las técnicas nos permiten recolectar la información para el desarrollo del presente trabajo y así culminarlo con éxito.

OBSERVACION.

Es un proceso psicológico y fisiológico que permite obtener información real de las características de un objeto o fenómeno social o natural que se da en el entorno.

Esta técnica permitió observar y constatar el comportamiento del mercado, es decir conocer la acogida del producto acercándome a las necesidades de los consumidores.

ENCUESTA.

Es una técnica que accede a la obtención de información aplicando un cuestionario a las personas que tienen conocimiento sobre un tema o problema en particular.

Esta técnica se la estructuró previamente para obtener la información de todos los elementos involucrados en la investigación como consumidoras y comerciantes; con el fin de conocer las necesidades y ofertas de los mismos.

laborando un cuestionario con las preguntas necesarias para obtener la información necesaria para el proyecto.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objeto de estudio es la población del ciudad de Santa Rosa provincia de El Oro de acuerdo al censo del año 2010 la población es de 52.863 habitantes. Anexo 1

PROYECCIÓN

Está constituida por la población que habitan en la ciudad de Santa Rosa para el año 2012 para la proyección de habitantes por año se tomó en consideración la tasa de crecimiento poblacional de 1,49% anual.³¹

AÑO	POBLACION	TASA DE CRECIMIENTO	TOTAL
2010	52,863	1,49%	53,651
2011	53,651	1,49%	54,450
2012	54,450	1,49%	55,261

La población proyectada al año 2012 es de 55.261 habitantes de los cuales se utilizó un promedio de cuatro miembros por familia, obteniendo un total de 13.815 familias.

Determinación de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la siguiente fórmula:

³¹Fuente: INEC 2_ Tasa de crecimiento_ prov_ cant_parr 2010-2012

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población $55.261 \div 4 = 13.815$ familias

e^2 = Margen de error, se aplica el 5%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{13.815}{1 + (0.05)^2 \times 13.815}$$

$$n = \frac{13.815}{35,54} = 388.74 \cong 389 \quad n = 389$$

Con el desarrollo de la fórmula se tiene como resultado que se debe aplicar la cantidad de 389 encuestas.

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES

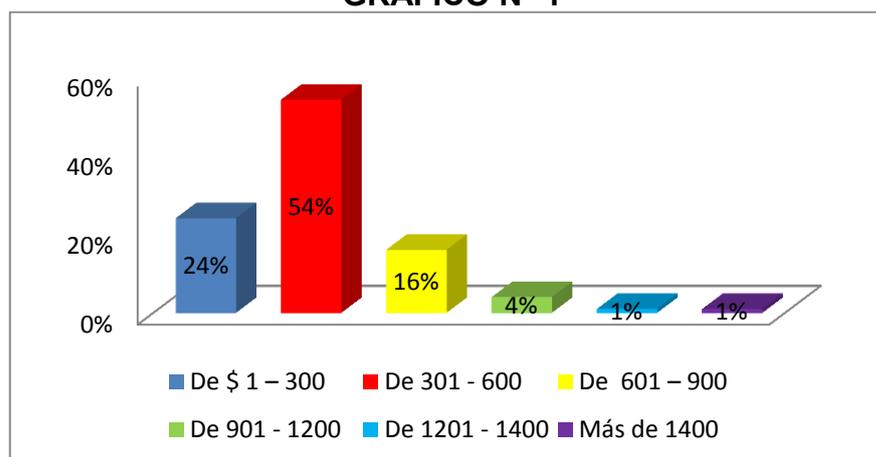
1. Cuáles son los ingresos promedio? entre las siguientes alternativas marque con una (x) la respuesta correcta?

CUADRO N° 1

Ingresos mensual	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1 – 300	93	24%
De 301 – 600	210	54%
De 601 – 900	62	16%
De 901 – 1200	16	4%
De 1201 – 1400	4	1%
Más de 1400	4	1%
TOTAL	389	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

En las encuestas aplicadas, el 23% manifiesta que cuenta con un ingreso mensual entre \$ 1 – 300 dólares, el 51% entre \$301 – 600, 15% indica que sus ingresos suelen ser entre \$ 601 – 900 dólares, 5% entre \$901 – 1200 dólares, el 1% entre \$ 1201 – 1400 dólares, mientras que únicamente el 1% restante es más de \$ 1.400 dólares. El rango de mayor ingreso está entre los \$ 301 – 600 dólares, mientras que muy pocos encuestados poseen ingresos que van desde los \$901 a los 1.400 dólares.

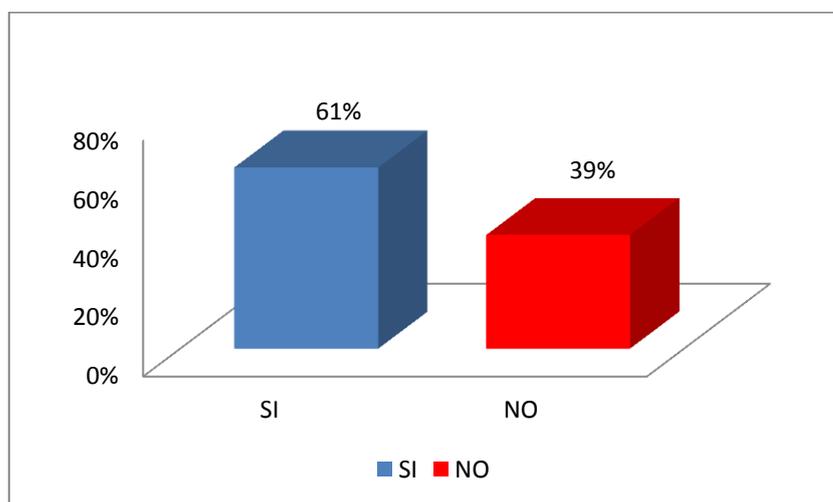
2. Consume máchica en su hogar?

CUADRO N° 2

Consume máchica en su hogar	Frecuencia	Porcentaje
SI	239	61%
NO	150	39%
TOTAL	389	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 61% afirma consumir máchica en su hogar, mientras que el 39% no la consume. Lo que determina que la mayor parte de la población en estudio consume machica en su domicilio.

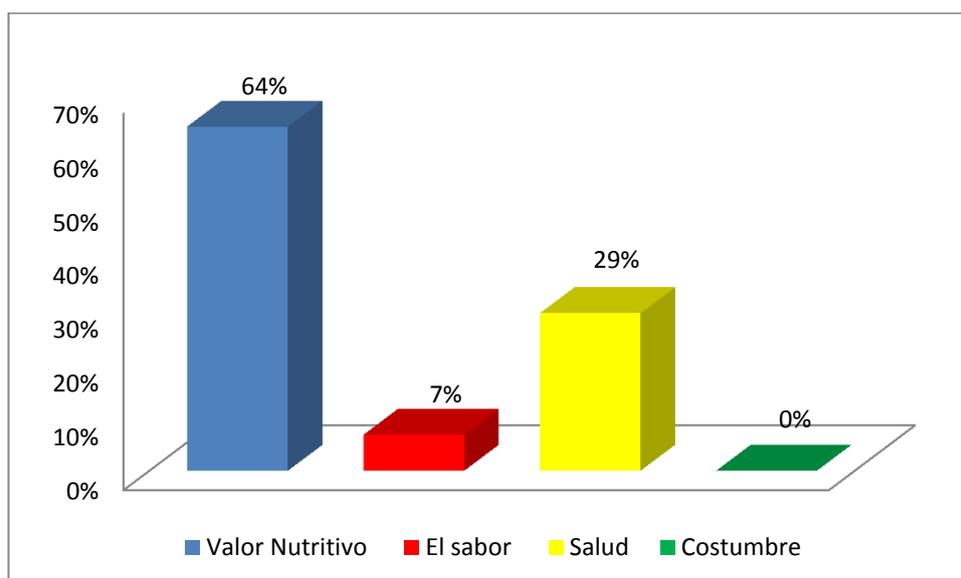
3. Si su respuesta fue afirmativa cuáles son las razones por las que consume este producto?

CUADRO N° 3

Razones por las que consume machica	Frecuencia	Porcentaje
Valor Nutritivo	153	64%
El sabor	16	7%
Salud	70	29%
Costumbre	0	0%
Total	239	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N°3



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

El 64% de los encuestados indica que la razón por la que consume la máchica es por el valor nutritivo que posee, el 7% lo hace por el sabor, mientras que el 29% la ingiere por salud. Lo que determina que la razón más importante para el consumo sería su valor nutricional.

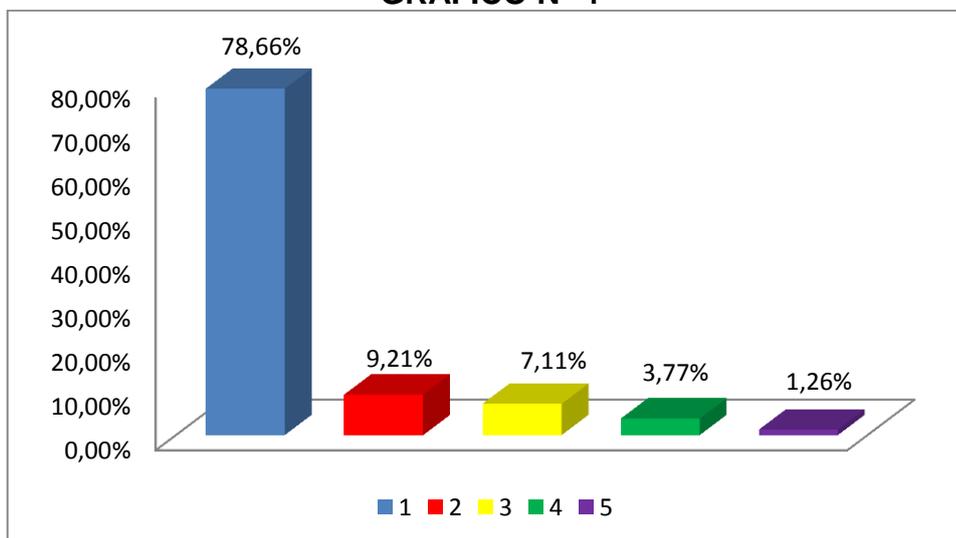
4. Qué cantidad de máchica consume mensualmente?

CUADRO N° 4

Cantidad en kilos de máchica que consume mensualmente	Frecuencia	Porcentaje
500g	188	78,66%
1 kilogramo	22	9,21%
1,5 kilogramos	17	7,11%
2 kilogramos	9	3,77%
2,5 kilogramos	3	1,26%
TOTAL	239	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

En cuanto al consumo mensual de máchica el 78,66% de los encuestados afirma consumir 500g, el 21% compra 1 kilo, el 7,11% consume 1,5 kilos el 3,77% de los encuestados consume 2 kilos mientras que el 2,26% consume 2.5 kilos. Se determina que el mayor porcentaje de encuestados consume entre 500g y 1kilo por mes.

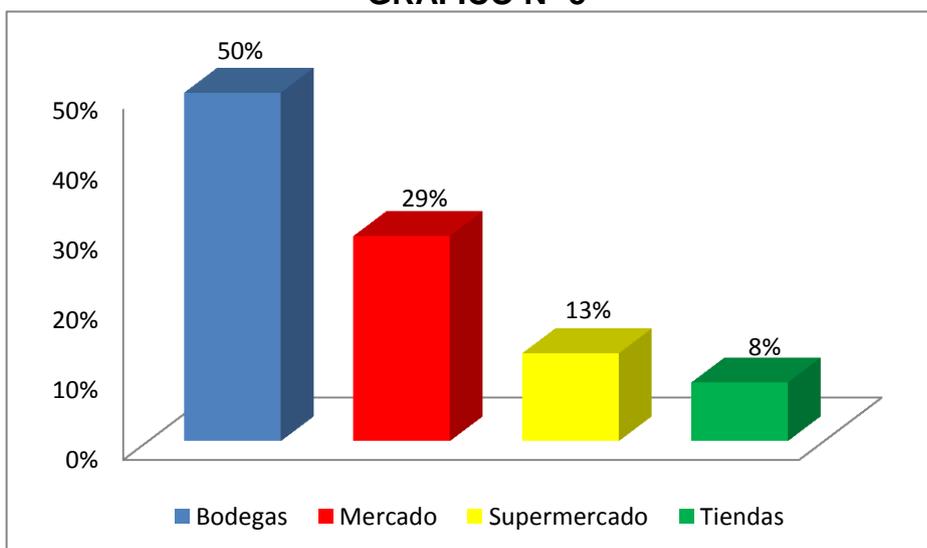
5. Para comprar máchica que lugares son de su preferencia?

CUADRO N° 5

Lugares de preferencia para la adquisición de la máchica	Frecuencia	Porcentaje
Bodegas	119	50%
Mercado	70	29%
Supermercado	30	13%
Tiendas	20	8%
TOTAL	239	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

El 50% adquiere el producto en bodegas, el 29% en el mercado, el 13% en los supermercados, mientras que el 8% la adquiere en las tiendas de la localidad. Se determina que la mayor parte de la población encuestada adquiere la máchica en bodegas de la ciudad de Santa Rosa, mientras que un menor porcentaje la adquiere en tiendas.

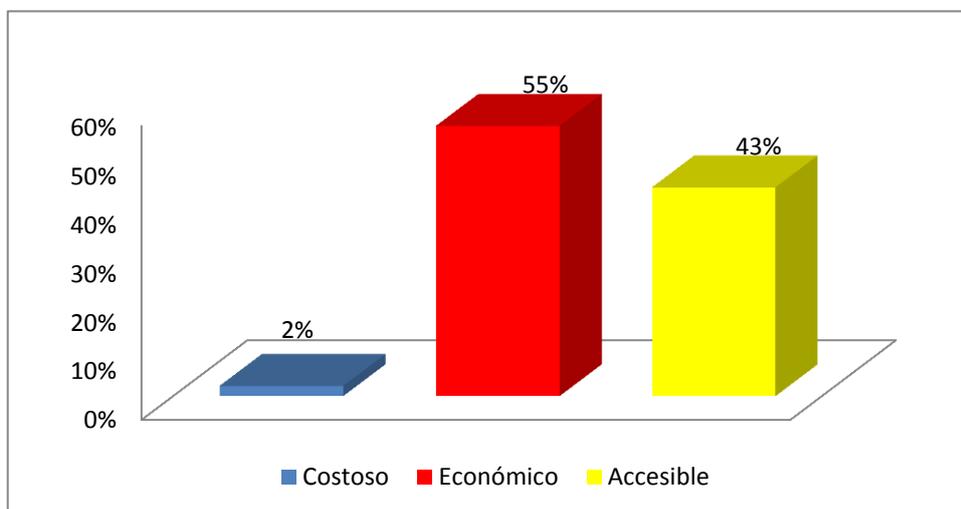
6. Al adquirir usted producto que considera respecto al precio?

CUADRO N° 6

Al adquirir el producto que considera Ud. respecto al precio	Frecuencia	Porcentaje
Costoso	5	2%
Económico	132	55%
Accesible	102	43%
TOTAL	239	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

Al adquirir el producto el 2% considera que su precio es costoso, el 55% cree que el precio es económico, mientras que el 43% afirma que es accesible. Se determina que el precio es económico respecto al producto que se consume.

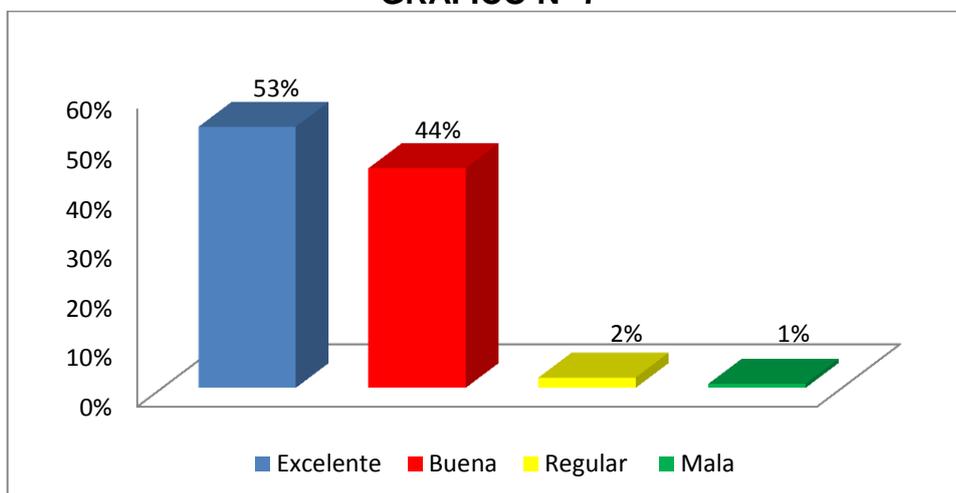
7. Cómo considera la atención en el local en donde usted adquiere el producto?

CUADRO N°7

Cómo considera la atención en el local en donde Ud. adquiere el producto	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	126	53%
Buena	106	44%
Regular	5	2%
Mala	2	1%
TOTAL	239	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la opinión de los encuestados, el 53% considera que la atención en el local donde quiere este producto es excelente, el 44% opina que es buena, para el 2% es regular, mientras que el 1% restante cree que es mala. A pesar de que el mayor porcentaje de los encuestados cree que la atención es excelente es imprescindible que los consumidores se sientan satisfechos en cuanto a la atención en el local debido a que se puede aumentar las ventas de este producto.

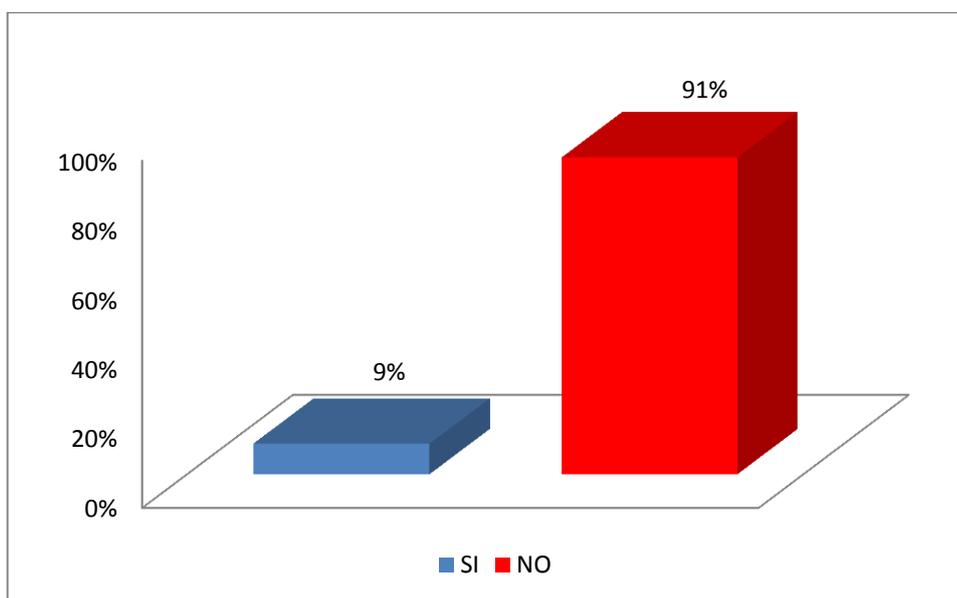
8. Ha consumido usted máchica de soya?

CUADRO N° 8

Ha consumido Ud. Máchica de soya	Frecuencia	Porcentaje
SI	21	9%
NO	218	91%
TOTAL	239	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

El 9% de los encuestados manifiesta haber consumido máchica de soya, mientras que el 91% no lo ha hecho. Se establece que a pesar de contener grandes propiedades nutritivas no es producto de consumo masivo.

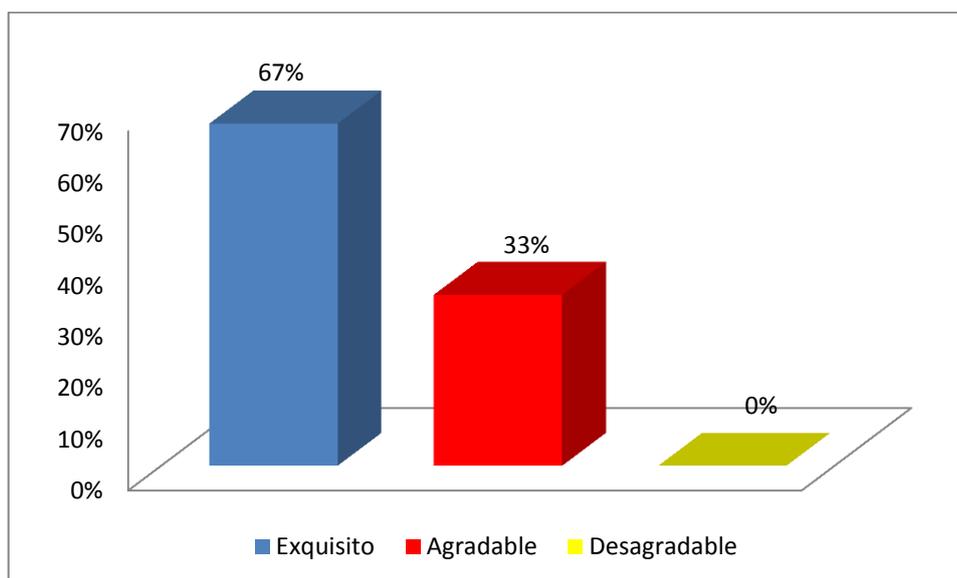
9. Si usted ha consumido este producto;Cuál es su opinión con respecto al sabor?

CUADRO N°9

Si Ud. ha consumido este producto que cree con respecto al sabor	Frecuencia	Porcentaje
Exquisito	14	67%
Agradable	7	33%
Desagradable	0	0%
TOTAL	21	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 67% considera que el sabor es exquisito, el 33% cree que el sabor es agradable, mientras que el 0% indica que a su parecer el sabor es desagradable. Lo que determina que el sabor de este producto es considerado exquisito entre las pocas personas que han probado este producto.

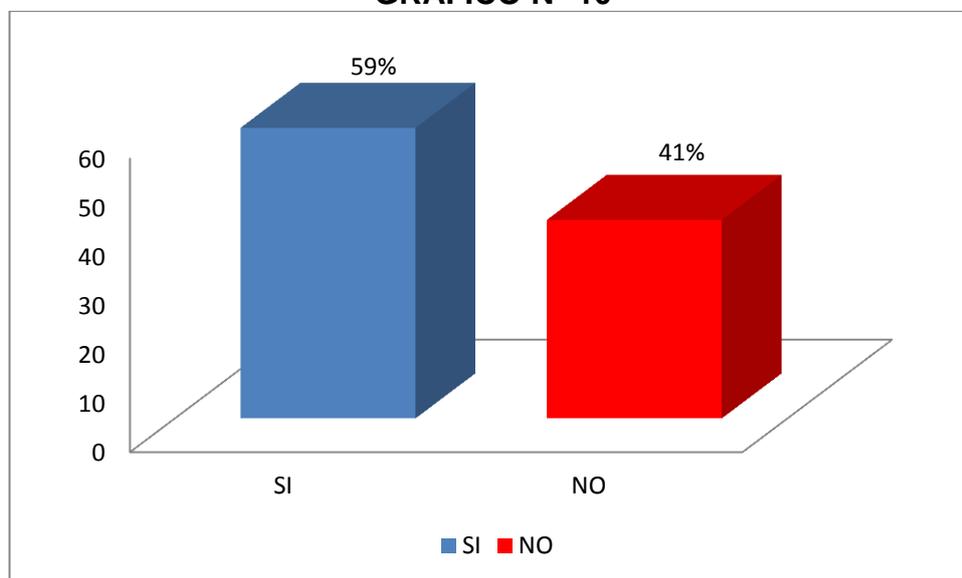
10. En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción de máchica de soya en la ciudad de Santa Rosa ¿usted estaría dispuesto a consumir este producto?

CUADRO N° 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	142	59
NO	97	41
TOTAL	239	100

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

El 59% de los encuestados estaría dispuesto a consumir este producto si se implementara una empresa productora en el cantón Santa Rosa, mientras que el 41% no lo estaría. Se establece que la máchica contaría con una gran aceptación dentro del mercado de dicho cantón.

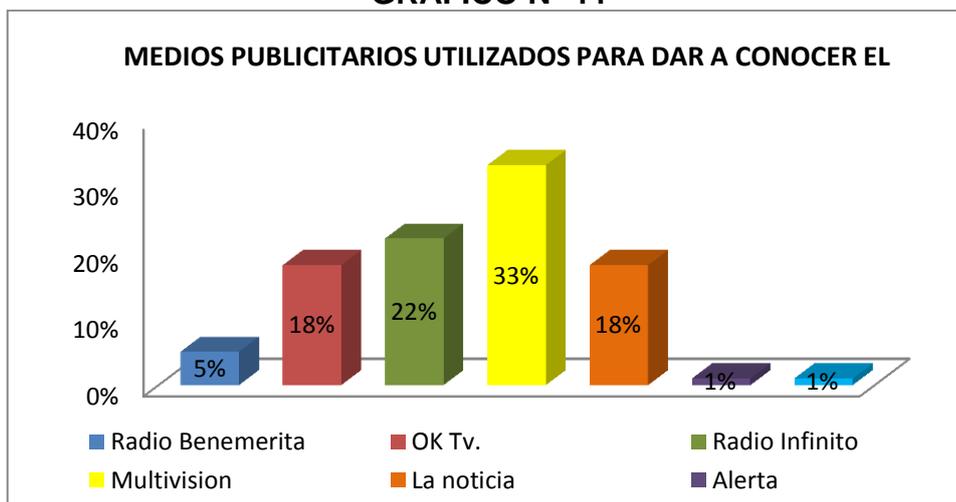
11. Qué medio publicitario usted prefiere, para que se dé a conocer el producto de máchica de soya?

CUADRO N° 11

Medios de publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Orovisión	41	5%
OK Tv.	138	18%
Radio Lluvia	168	22%
Radio Elite	250	33%
Radio Impacto	136	18%
Diario El Nacional	10	1%
Diario El Correo	10	1%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados, el 5% prefiere que la publicidad se realice a través Radio Benemérita, el 18% indica que sería mejor a través de OK Tv, el 22% con medio radiofónicos como Radio Infinito, el 33% a través del canal local Multivisión , el 18% por la revista La Noticia, mientras que un porcentaje menor señala que sería importante que se opte por medios de prensa escrita, el 1% por medio de la revista local Alerta, mientras que el 1% restante a través de Diario El Correo.

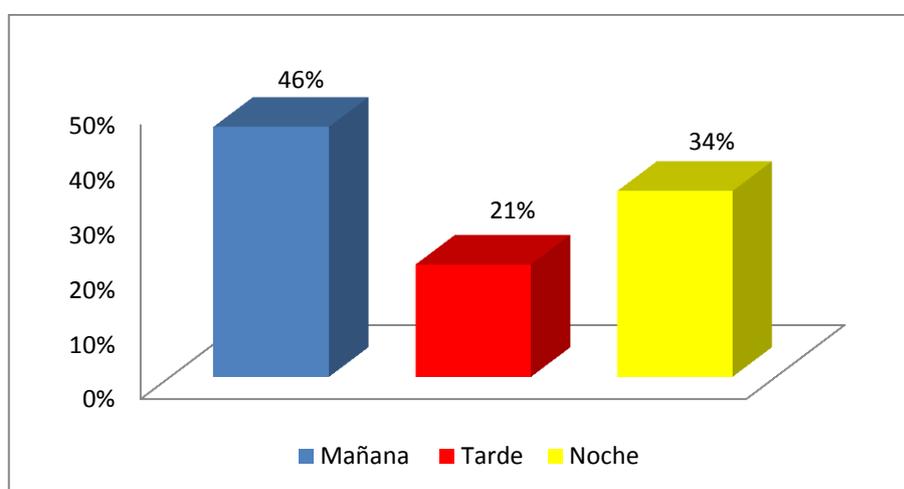
12. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a medios publicitarios?

CUADRO N° 12

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	109	46%
Tarde	49	21%
Noche	81	34%
TOTAL	239	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRÁFICO N° 12



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 46% dice tener acceso a los medios publicitarios es durante la mañana, el 21% durante la tarde, mientras que únicamente el 34% lo tiene durante la noche; lo que determina que al ser la mañana y noche en donde los encuestados tienen más acceso a la publicidad sería el horario idóneo para dar a conocer el producto.

TABULACION E INTERPRETACION DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

1. En su negocio vende machica?

CUADRO N° 13

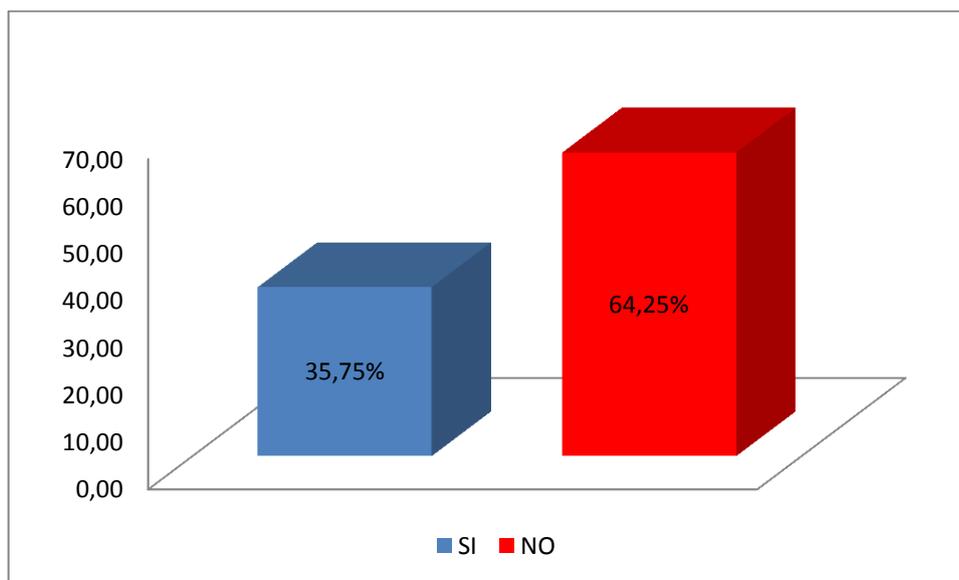
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	64	35,75
NO	115	64,25
TOTAL	179	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

GRAFICO N° 13

Venta de Machica



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACION

De las 179 negocios el 35.75% vende la machica, en cambio el 64.25% no vende este producto. La mayoría de tiendas pequeñas no venden este producto como lo hacen los negocios medianos y grandes.

2. Qué cantidad de machica vende por mes?

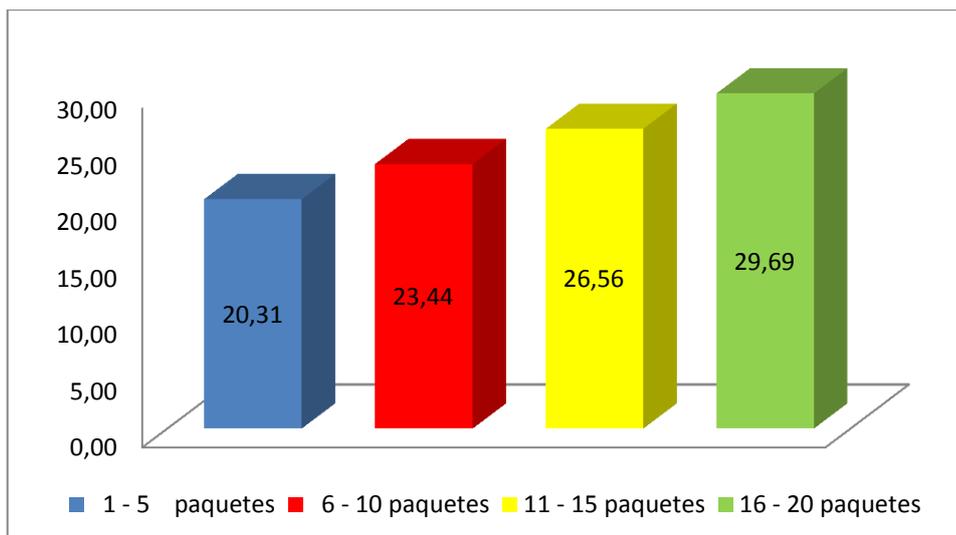
CUADRO N° 14

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 - 5 paquetes	13	20,31
6 - 10 paquetes	15	23,44
11 - 15 paquetes	17	26,56
16 - 20 paquetes	19	29,69
TOTAL	64	100,00

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRAFICO N° 14

Cantidad de Venta de Machica



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

CUADRO N° 15

VENTA PROMEDIO MENSUAL

Detalle	Frecuencia	XM	F.XM
1 - 5 paquetes	13	3	39
6 - 10 paquetes	15	8	120
11 - 15 paquetes	17	13	221
16 - 20 paquetes	19	18	342
TOTAL	64		722

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

Para ello, se explica la siguiente fórmula:

$$x = \frac{\sum F.X_m}{N}$$

$$x = \frac{722}{64} = 11.28 \text{ paquetes de machica}$$

INTERPRETACION

La venta promedio mensual por cada establecimiento es de 11 paquetes de machica, la venta promedio anual será de 8.448 paquetes de machica (11x64x12meses)

3. Cuál es el precio de venta al público de la machica?

CUADRO N° 16

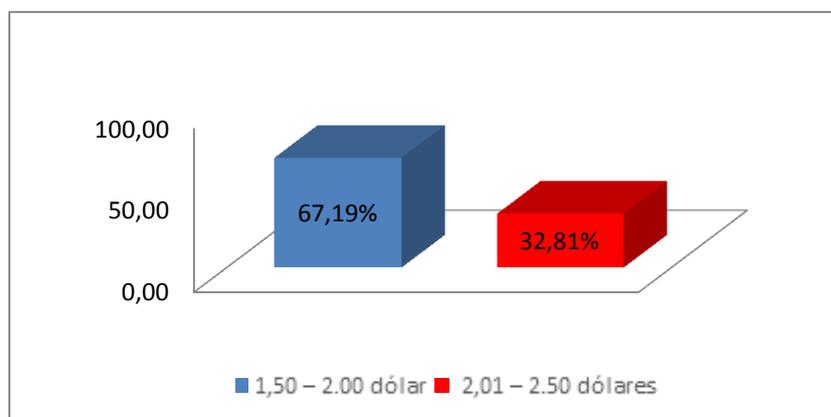
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1,50 – 2.00 dólar	43	67,19
2,01 – 2.50 dólares	21	32,81
TOTAL	64	100,00

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

GRAFICO N° 15

Precio de Venta al Público



FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACION

De las encuestas realizadas a los establecimientos el 67.19% vende la machica a un precio promedio que va desde 1,50 ctvs. a 2.00 dólares, y el 32.81% entre 2.01 y 2.50 dólares.

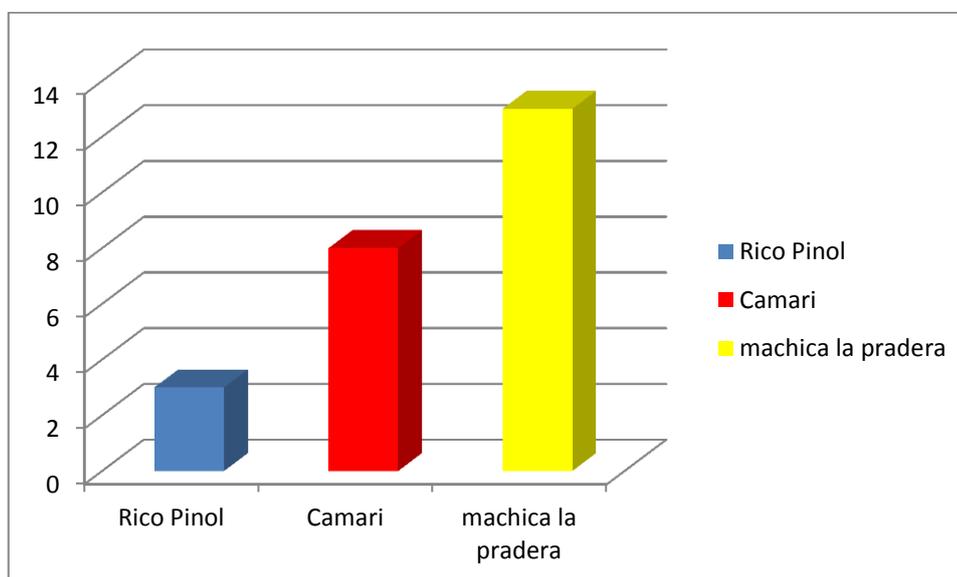
4. Cuáles son las marcas que usted vende es su establecimiento?

CUADRO N° 17

Detalle	Frecuencia	XM
Rico Pinol	179	3
Camari	19	8
machica la pradera	59	13
TOTAL	88	18

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRAFICO N° 16



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACION

De las encuestas realizadas a los establecimientos la mayoría adquiere Machica La Pradera, Camari con un menor porcentaje, y Rico Pinol

5. Con qué frecuencia vende machica?

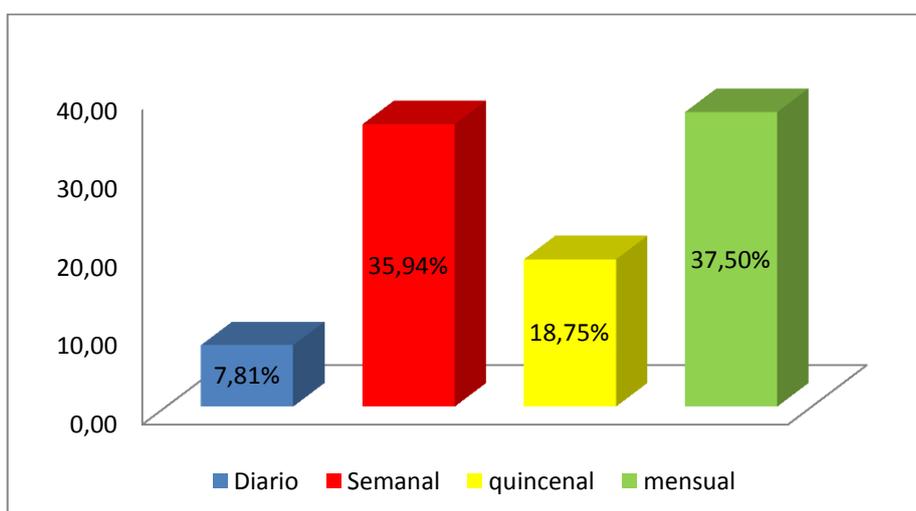
CUADRO N° 18

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diario	5	7,81
Semanal	23	35,94
quincenal	12	18,75
mensual	24	37,50
TOTAL	64	100,00

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

GRAFICO N° 17

Frecuencia de Venta de Machica



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: La autora

INTERPRETACION

Los encuestados contestaron que el 7.81% vende diario, el 53.63% vende el producto semanalmente, el 18.75% vende en la quincena, y el 37.50% hace la venta mensualmente. La mayoría de los establecimientos realizan las ventas de la machica por semana.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Se denomina demanda a la cantidad de un bien o servicio que un consumidor está dispuesto a comprar en un período de tiempo.

La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado como la encuesta.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Es necesario realizar la proyección de la población de la Ciudad de Santa Rosa, para lo cual se toma de base el censo realizado por el INEC del 2010. Se proyectara a 5 años de vida útil que tendrá el proyecto es decir desde el año 2012 hasta el año 2017, con una tasa de crecimiento de 1.49%.

PROYECCIÓN DE LA CIUDAD DE SANTA ROSA

AÑO	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO	TOTAL
0	54,450	1,49%	55,261
1	55,261	1,49%	56,085
2	56,085	1,49%	56,920
3	56,920	1,49%	57,768
4	57,768	1,49%	58,629
5	58,629	1,49%	59,503

FUENTE: Inec T.C 1.49% de la ciudad de Santa Rosa CENS0 2010
ELABORADO POR: La autora

DEMANDA POTENCIAL

Corresponde a los potenciales demandantes, para se toma en consideración a las familias de la ciudad de Santa Rosa que en el año 2012 son 13.815 familias, ya que todas serían potenciales consumidores del producto. Además se proyectará para 5 años de vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento de 1,49% que es la tasa de crecimiento de la ciudad de Santa Rosa.

CUADRO N° 19

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	POBLACION	FAMILIAS
0	55261	13815
1	56085	14021
2	56920	14230
3	57768	14442
4	58629	14657
5	59503	14876

FUENTE: Proyección de la ciudad de Santa Rosa
ELABORADO POR: La autora

DEMANDA REAL

La demanda real corresponde al porcentaje de personas que consumen máchica en sus hogares, los que son 61% de la población total, según la pregunta N° 2 de la encuesta a los demandantes.

CUADRON° 20

DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	FAMILIAS QUE CONSUMEN MACHICA	DEMANDA REAL
0	13.815	61%	8.427
1	14.021		8.553
2	14.230		8.680
3	14.442		8.810
4	14.657		8.941
5	14.876		9.074

FUENTE: Cuadro 2,19
ELABORADO POR: La autora

PROMEDIO DE CONSUMO

Para determinar el promedio de consumo de máchica se hace referencia a la preguntó 4 de la encuesta a los demandantes donde se determinará en primera instancia un promedio mensual para luego determinar un promedio anual.

CUADRON° 21

PROMEDIO DE COMPRA EN PAQUETES DE 500 gr.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	MENSUAL	ANUAL
1	188	188	2256
2	22	44	528
3	17	51	612
4	9	36	432
5	3	15	180
TOTAL	239	334	4008

FUENTE: Cuadro No.4
ELABORADO POR: La autora

$$x = \frac{\sum \text{anual}}{N}$$

En Donde:

$$x = \frac{4008}{239} = 16,77 = 17 \text{ paquetes de machica}$$

Se ha podido establecer que anualmente las familias consumen un promedio de 17 paquetes de 500 gr. de máchica, por lo que se procede a calcular la demanda real en paquetes de 500 gr. de máchica, esto multiplicando por el promedio anual por las familias de la demanda real, como se muestra a continuación.

CUADRO N° 22
CONSUMO PER CAPITA

AÑOS	Demanda Real en Familias	Promedio Anual	Consumo de Machica en paquetes de 500 gr.
0	8.427	17	143.264
1	8.553		145.400
2	8.680		147.565
3	8.810		149.764
4	8.941		151.996
5	9.074		154.262

FUENTE: Cuadro20, 21
ELABORADO POR: La autora

DEMANDA EFECTIVA.

La demanda efectiva la constituye el porcentaje de personas que está dispuestas a consumir el nuevo producto máchica de soya de la nueva empresa, las cuales según la pregunta 10 representa un porcentaje de 59% de la demanda real, quedando el cálculo de la siguiente manera.

CUADRO N° 23

DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	Demanda Real paquetes Machica de 500 gr.	% de familias que consumirían Máchica de soya	Demanda Efectiva Machica de Soya paquetes de 500 gr.
0	143.264	59%	84.526
1	145.400		85.786
2	147.565		87.063
3	149.764		88.360
4	151.996		89.677
5	154.262		91.014

FUENTE: Cuadro10, 22
ELABORADO POR: La autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar la oferta actual se recolecto información sobre la cantidad que vende mensualmente cada establecimiento, datos que al formularlo con un atabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitirá conocer la media promedio de venta de cada comercio. Para lo cual se utiliza los datos del Cuadro N° 15. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio por el número de establecimientos que tiene la ciudad de Santa Rosa.

CUADRO N° 24

OFERTA TOTAL

AÑO	N° de Negocios	OFERTA PROMEDIO ANUAL	OFERTA TOTAL DE MACHICA
2012	64	132	8.448

FUENTE: Cuadro15, Municipio de Santa Rosa, Dpto. de Patentes
ELABORADO POR: La autora

PROYECCION DE LA OFERTA DE MACHICA PARA LA CIUDAD DE SANTA ROSA

CUADRO N° 25

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	8448
1	9084
2	9768
3	10504
4	11295
5	12145

FUENTE: Cuadro15, MUNICIPIO DE SANTAROSA, DEP. DE PATENTES años 2010, 2011, 2012 (T:C 7.53% anual)
ELABORADO POR: La autora

DEMANDA INSATISFECHA.

La demanda insatisfecha del presente proyecto permitirá determinar el análisis entre la demanda efectiva y la oferta proyectada para los años de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 26

DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	Demanda Efectiva Machica de Soya paquetes de 500 gr.	Oferta de máchica paquetes de 500 gr.	Demanda insatisfecha paquete de 500 gr.
0	84.526	8.448	76.078
1	85.786	9.084	76.702
2	87.063	9.768	77.295
3	88.360	10.504	77.856
4	89.677	11.295	78.382
5	91.014	12.145	78.869

FUENTE: Cuadro No. 23
ELABORADO POR: La autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Luego de Determinar la Demanda Insatisfecha y conocer con ello nuestro mercado potencial, es importante también definir algunas características especiales para atraer a esto clientes a través de una correcta comercialización del producto ofrecido, para ello se debe definir lo siguiente:

PRODUCTOS.

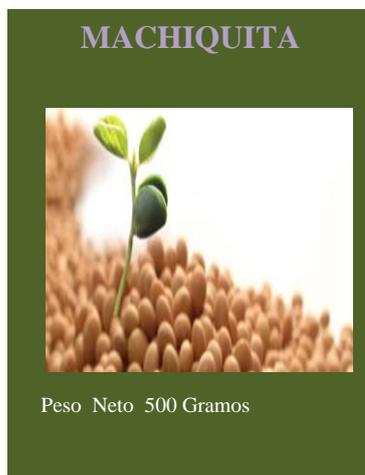
“Machikita” tiene como fin incrementar sabores a un cereal tan nutritivo como es la máchica, de manera que pueda ser un producto nuevo e innovador en el mercado Ecuatoriano haciendo que no se pierda el consumo de este alimento tradicional. Posee un alto valor nutricional que proporcionara a los niños vitamina B1 y B2, vitamina C, Calcio y Ácido Fólico, lo que fortalecerá sus huesos y aumentará su concentración y memoria.

La marca del producto es “Machikita de Soya”, debido a que identifica a los cereales con que se elabora, además llega a la memoria del consumidor recordando la alimentación de sus padres y abuelos, por otro lado es un nombre corto que se recuerda fácilmente y es atractivo para los más pequeños del hogar.

Máchikita de Soya tiene las siguientes características:

- Presentaciones: 500 gramos.
- Empaque: Sobres Laminados.
- Registro Sanitario
- Slogan: “El alimento que te hará crecer sano y fuerte”.

ETIQUETA



Precio

El precio del producto debe proporcionar ingresos, debe cubrir los costos y gastos de la elaboración del producto así como también generar una utilidad o ganancia del mismo, por lo que se determinará en precio estimado de entre 0,50 centavos a 1 dólar ya que la machica tradicional tiene un costo en el mercado de 0,50 centavos en la presentación de 450 gr.

Plaza

Así mismo se tomara en cuenta la pregunta 6 de la encuesta donde se manifiesta que el lugar de compra en su gran mayoría son las bodegas, por lo cual se tomará en cuenta la distribución el canal de distribución productor- minorista- consumidor final.



Promoción y publicidad

En lo que respecta a la promoción se planea realizar muestras de 20 gramos como campaña publicitaria y se entregará mercadería a consignación en supermercados y bodegas para que se permita el ingreso del producto a las perchas de los locales, además se pautará cuñas publicitarias en la radio que es de preferencia de los demandantes según la pregunta 11 de la encuesta y que es radio élite.

Cuña Radial.

“Para crecer sano y fuerte toma máchikita de soya, un alimento sano y natural que contiene vitaminas para contribuir al sano desarrollo tanto de niños como de adultos. Máchica de Soya es un alimento que necesita toda persona y que se puede tomar en cualquier momento, acompaña muy bien tus desayunos y siéntete fortalecido con Máchica de Soya”

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las maquinas (capacidad instalada) y recurso humano necesario.

Tamaño del Proyecto

El Tamaño del proyecto está en relación directa con la capacidad instalada y utilizada de la planta de producción durante el tiempo que se pretende operar con la empresa en un tiempo determinado.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria a utilizar, utilizando el 100% de producción; siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción, dependiendo de la demanda insatisfecha para ofrecer sus productos.

En el proceso de transformación de la materia prima a producto terminado, se determinó que se necesitará tostador cilíndrico universal, molino eléctrico; empacadora automática con dichos argumentos realizamos el siguiente análisis:

La capacidad de la tostadora es de 15 kg /hora multiplicado por las 24 horas da un resultado de 360 kg,/día o 720 paquetes de machica de soya de 500g esta es la capacidad al 100%, se trabajara 8 horas diarias

determinando una producción de 240 paquetes por día multiplicamos por 260 días al año se producirá 62.400 paquetes de 500 gr.

Para determinar la capacidad instalada aplicaremos mediante una regla de tres simple de la siguiente manera:

Demanda insatisfecha 1er. Año =76.703

Capacidad Instalada = 62.400

Capacidad Máxima de Producción

76.703 100%

62.400 X

$$\frac{62.400}{76.703} \times 100 = 81,35 \%$$

Se cubrirá el 43,38% de la demanda insatisfecha.

CUADRO N° 27

CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCION ANUAL

AÑOS	DEMANADA INSATISFECHA	PORCENTAJE A UTILIZARSE	CAPACIDAD INSTALADA Paquetes de 500 gr.
1	76.702	81,35	62.400

FUENTE: Cuadro26
ELABORADO POR: La autora

Capacidad Utilizada

Proporción de la capacidad instalada de producción con la que trabaja la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo.

Al iniciar sus operaciones las empresas no lo hacen al 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: introducción del producto en el mercado, selección de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc., es por esto que en el presente proyecto, para el primer año se tendrá una producción del 81.35 %, segundo año 85%, tercero 90%, cuarto y quinto año el 95%.

CUADRO N° 28
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA (Paquetes de 500gr.)	PORCENTAJE A UTILIZARSE	CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL
1	62.400	81,35	50765
2	62.400	85%	53040
3	62.400	90%	56160
4	62.400	95%	59280
5	62.400	95%	59280

FUENTE: Cuadro27
ELABORADO POR: La autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La mejor localización de un proyecto es la que permite encontrar los mínimos costos para la producción, buenos precios y volúmenes de ventas que conduzcan a la máxima rentabilidad, así también obtener eficiencia para participar con ventajas sobre los competidores.

MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene el propósito de ubicar una empresa dentro de una región o territorio. Aprovechando las ventajas del lugar determinado.

La empresa se ubicará en la provincia de EL Oro en la ciudad de Santa Rosa, la ubicación de la planta incide en algunos factores como: disponibilidad de materia prima, vías de acceso para la comercialización, mano de obra, factores ambientales, costos, disponibilidad del terreno, servicios básicos.

GRAFICO N° 18



MICRO LOCALIZACIÓN

En la micro localización se indica el lugar exacto, en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

MATRÍZ DE MICRO-LOCALIZACIÓN

Factores de selección	Peso Asignado	Eloy Alfaro y Edmundo Chiriboga		Sector Vella María		Sector Panamericana	
		Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación
Materia Prima Disponible	0,10	9	0,90	8	0,80	8	0,8
Mano de Obra Disponible	0,10	10	1,00	9	0,90	8	0,8
Vías de Acceso o Comunicación	0,10	9	0,9	5	0,50	9	0,9
Medios de Transporte	0,10	8	0,8	5	0,50	7	0,70
Infraestructura Física	0,15	8	1,2	7	1,05	7	1,05
Cercanía al Cliente	0,25	9	2,25	5	1,25	6	1,50
Servicios Básicos	0,20	9	1,8	7	1,40	9	1,80
CALIF. TOTAL	1,00		8,85		6,40		7,55

Elaboración: La autora

De acuerdo a los resultados obtenidos en la matriz ponderada para decidir la micro - localización la empresa se localizará en el sector sur en el Barrio Ernesto Nieto en la Av. Eloy Alfaro y Edmundo Chiriboga, siendo este el sector la entrada y salida del transporte pesando que son los que ingresan a la ciudad a dejar materia prima como diferentes productos para

abastecer el mercado local. Esta ubicación cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

GRAFICO N° 19



INGENIERIA DEL PROYECTO

La estructuración de la presente ingeniería brinda la facilidad de planificar aspectos fundamentales como:

La instalación de maquinaria, su funcionamiento, secuencia de procesos para la producción de la machica, la distribución de la planta, y así de esta manera poder determinar el personal a utilizar y aprovechar eficientemente las instalaciones para el buen funcionamiento de la planta, determinar el mejor proceso que permita encontrar menores costos de producción y mayor rentabilidad.

Proceso de Producción

Para la elaboración de la machica de soya se debe seguir un procedimiento semi-industrial, casi similar al procedimiento que se emplea para procesar el café tradicional, a continuación detallaremos algunos aspectos que se consideró necesarios exponer.

Equipo y Maquinarias

Para la elaboración de la machica de soya se debe especificar los equipos y maquinarias se va a requerir en el proceso productivo de la misma y que a continuación se detalla:

Tostador Cilíndrico

Esta máquina tiene una capacidad de 15 kilogramos de soya tostada por hora, funciona a gas y a electricidad, mediante el movimiento giratorio permite que la soya se tueste de forma uniforme.

GRAFICO N° 20



Molino

Esta máquina muele la soya y tiene una capacidad de 16 kilogramos por hora, se puede graduar el espesor, es decir fino o grueso.

GRAFICO N° 21



Empacadora Automática

Esta máquina es automática tiene una capacidad de 35 empaques por hora, regula el peso deseado, empaqa y sella el empaque de forma segura, para la conservación de las propiedades de la machica de soya.

GRAFICO N° 22



INFORME TÉCNICO DEL PROCESO DE ELABORACIÓN

Materia Prima Requerida

La única materia prima que se necesita en el proceso de elaboración de la machica de soya es el frejol de soya.

Materiales Indirectos

En los materiales indirectos que tenemos en la producción, es la funda de empaque.

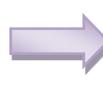
DESCRIPCIÓN TEÓRICA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

A continuación se explica paso a paso el proceso que se debe de llevar para producción de la machica de soya.

- Compra de la materia prima. La compra se la realizará en los almacenes de acopio en la ciudad de Santa Rosa, realizando una inspección de la calidad de la materia prima y transportada a las bodegas.
- Limpieza y Selección. Se utilizara agua potable con cloro que se depositaran en una tolva de acero inoxidable en el cual se remueven los desperdicios o basuras propias de la misma, luego se procede a la selección manual de la materia prima defectuosa.

- Tueste. Para el tueste de la soja se necesita una temperatura de alrededor de 200° C. el proceso de tostado hace que la soja aumente de volumen, cambia de color, y desprenda su característico olor, también el grano pierde humedad en un 70 % y pierda peso del 16% - 19%.
- Enfriamiento. Una vez retirado del tostador se procede a colocar en la mesa de enfriamiento procurando expandirlo de forma adecuada para que la soja tostada no se recaliente y pueda quemarse, se lo debe hacer uniformemente, tarda alrededor de los 19 minutos.
- Molienda. Se procede a triturar o moler la soja tostada con el grado o punto de firmeza del espesor necesario.
- Empacado automático. Se coloca la soja molida en el contenedor para que la máquina realice el siguiente proceso: llenado de los empaques con la soja molida, sellado térmicamente, para su posterior empaque.
- Empacado manual. Una vez que se tiene el producto terminado, se procede a empaquetar 30 unidades por caja, esta es la presentación final del producto, luego se procede a embalar 12 cajas para su almacenamiento
- Almacenamiento. Se envía a la bodega de producto terminado y listo para la venta.
- Distribución. Será realizada en los diferentes puntos de ventas dentro de la ciudad y para esto se estableció utilizar una moto modificada para entrega de productos.

**Cuadro N° 29
FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LA MACHICA DE SOYA**

ACTIVIDADES							TIEMPO
a. Adquisición de materia prima (bodega)	↓						10 m
b. Transporte de bodega a cargador						→	4m
c. Chequeo de vaciado al cargador		←					1m
d. Demora en el cargador (llenado)			→				10 m
e. Tostado de la soya		←					43 m
f. Transporte a mesa de enfriamiento						→	4 m
g. limpieza del tambor del tostador			←				1 m
h. Enfriamiento del haba tostada							19 m
i. Molienda de la soya tostada						←	60 m
j. Se envía al área del empaque						→	3 m
k. Empacado automático						→	3 m
l. Empaque manual			↓				5 min
m. Chequeo de cajas en buenas condiciones		←					2 m
n. Se embala en paquetes de 12 unidades			→				5 m
o. Almacenaje						→	10 m
p. Distribución						→	
TIEMPO							180 minutos
							3 HORAS

DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO TERMINADO

Este producto está diseñado bajo las siguientes características:

Forma: Harina

Color: El color de la machica de soya es café mediano.

Peso: 500g

Empaque: bolsas de Polietileno

GRÁFICO N° 21

Empaque



PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA.

Infraestructura Física

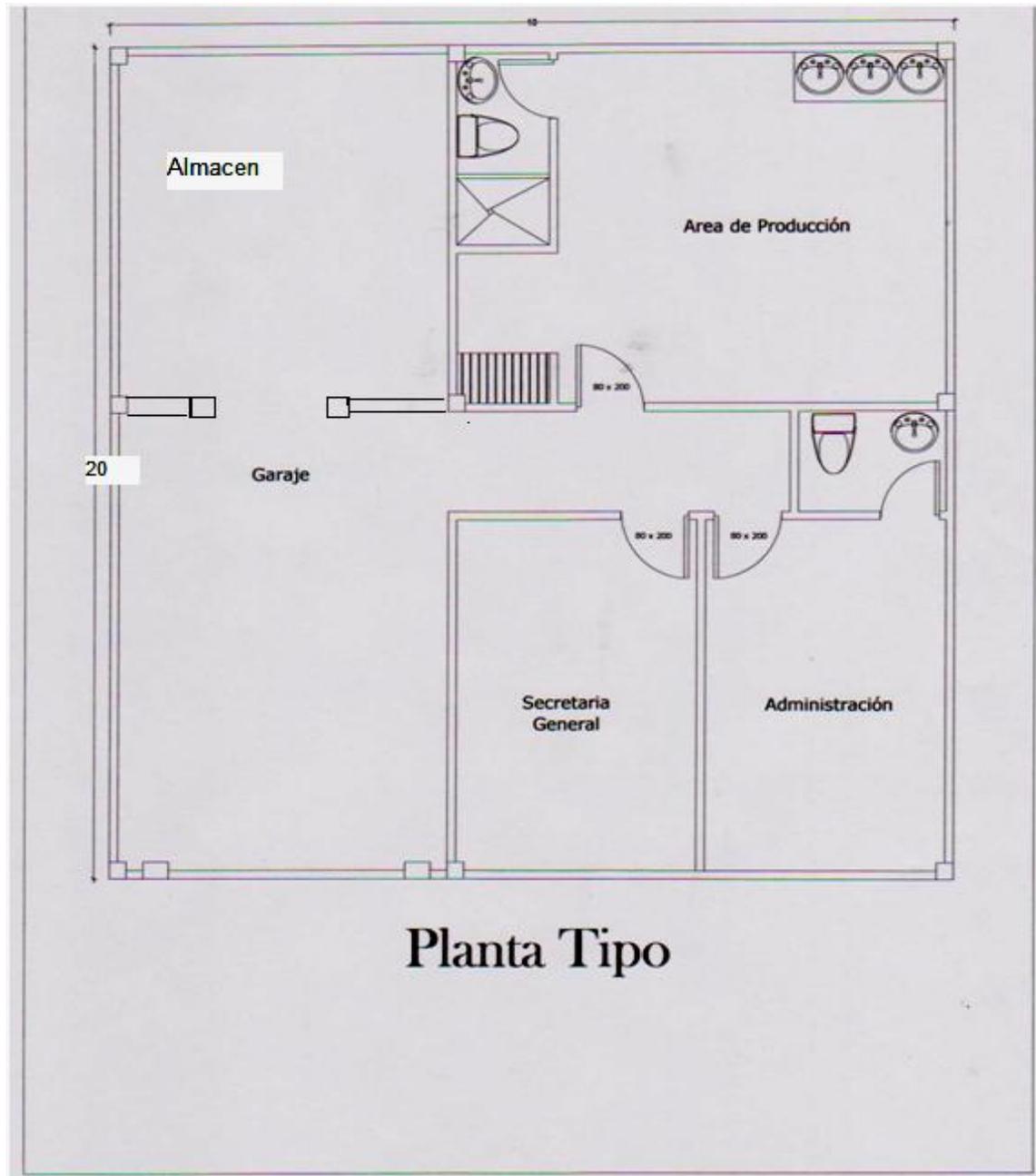
Es el espacio físico necesario para las actividades de la empresa (administrativas – operacionales) en un lote de 10m de frente por 20 m de fondo (200m^2) distribuida de la siguiente manera:

- Área Administrativa.
- Planta de Producción
- Bodega de Almacenaje (materia prima, insumos, producto terminado)

Distribución Física de la Empresa

Área Administrativa	66.50 m^2
* Gerencia	33.50
* Secretaria/contabilidad	33.00
Planta de producción	70.00 m^2
Bodega de Almacenaje	30.00 m^2
Espacio libre	33.50 m^2
Total	200 m^2

GRAFICO N° 23
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA



Elaboración: La autora

ESTUDIO ADMMINISTRATIVO

BASE LEGAL

Minuta para la creación de la empresa “EMPROCASOYA C.A”

SEÑOR NOTARIO:

En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, díguese insertar una que contiene la constitución de la “EMPROCASOYA” C. A., de acuerdo a las estipulaciones que a continuación se expresan:

CLAUSULA PRIMERA.- COMPARECIENTES: Concurren al otorgamiento de esta escritura las siguientes personas: Estefanía Carolina Ajila Cobos estado civil soltera, con cédula No. 0705402485; Ginger Paola Correa Peña, estado civil casada, con cédula No. 070362581-4;María Lorena Váreles Moncada, de estado civil casada con cédula No.0701333841,todos los accionistas prenombrados son de nacionalidad ecuatoriana, con domicilio en esta ciudad de Santa Rosa, con capacidad legal para contratar y obligarse, sin prohibición para establecer esta compañía; y, comparecen por sus propios derechos.

CLAUSULA SEGUNDA.- Las comparecientes convienen en constituir la Compañía de Taxis “EMPROCASOYA” C.A., que se registrá por las Leyes del Ecuador y el siguiente Estatuto.

CLAUSULA TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA “EMPROCASOYA” S.A.

CAPITULO PRIMERO

NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACION

ARTICULO UNO.- NOMBRE: La Compañía llevará el nombre de “EMPROCASOYA” C.A.

ARTICULO DOS.- DOMICILIO: El domicilio principal de la Compañía es en el cantón Santa Rosa; y, por resolución de la Junta General de Accionistas, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas, representaciones y establecimientos en cualquier lugar del Ecuador o del exterior, conforme a la Ley.

ARTICULO TRES.- OBJETO SOCIAL: La Compañía tiene como objeto social: a) Producir café de haba en bolsas de papel filtro de toma individual; b) Distribución y Comercialización, del producto;

En todo caso la compañía se acoge a lo estatuido en el inciso primero del artículo cuarenta y siete de la Ley de Modernización del Estado, privatizaciones y prestaciones de servicios públicos por parte de la iniciativa privada y al artículo treinta y cinco de su Reglamento; y, c) En general, toda clase de actos y contratos, civiles y mercantiles, permitidos por la Ley o de cualquier naturaleza de bienes muebles e inmuebles, relacionados con el objeto social principal.

ARTICULO CUATRO.- DURACION: El plazo de duración de la compañía es cinco años contados a partir de la fecha de inscripción de la compañía en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la

Junta General de Accionistas en la forma prevista en el Estatuto y en la Ley.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL, DEL AUMENTO, RESPONSABILIDAD

ARTÍCULO CINCO.- DEL CAPITAL: El capital autorizado de la Compañía es de VEINTE MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA. El capital suscrito de la compañía es de QUINCE MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, dividido en quince mil acciones de un dólar cada una, nominativas y ordinarias, las que estarán representadas por títulos que serán firmados por el Presidente y por el Gerente General de la Compañía.

ARTICULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL: El capital de la Compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la Ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

ARTICULO SIETE.- RESPONSABILIDAD: La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al momento y número de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO OCHO.- LIBRO DE ACCIONES: La Compañía llevará un libro de Acciones y Accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el Libro de Acciones y Accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.

CAPITULO TERCERO

EJERCICIO ECONOMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS

ARTICULO NUEVE.- EJERCICIO ECONOMICO: El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas

el Balance General Anual, el Estado de Pérdidas y Ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El Comisario igualmente presentará su informe. Durante los quince días anteriores a la sesión de Junta tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las Oficinas de la Compañía.

ARTICULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS: La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades líquidas se segregará por lo menos el diez por ciento anual para la formación e

incremento del fondo de reserva legal de la Compañía, hasta cuando éste alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital suscrito. Además, la Junta General de Accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO, ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA COMPAÑÍA.

ARTICULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN: La Compañía estará gobernada por la Junta General de Accionistas y administrada, por el Gerente General; cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos Estatutos.

Sección Uno: DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

ARTICULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la Compañía, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; y, extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

ARTICULO TRECE.- CONVOCATORIA: La convocatoria a Junta General de Accionistas la hará el gerente de la Compañía mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la Compañía cuando menos con ocho días de anticipación a

la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse. Igualmente, el gerente convocará a Junta General a pedido del o de los accionistas que representes por lo menos el veinticinco por ciento del capital pagado, para tratar los puntos que se indiquen en su petición, de conformidad con la establecido en la Ley de Compañías.

ARTICULO CATORCE.- REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS:

Las Juntas Generales de Accionistas, Ordinarias y Extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la Compañía. Los accionistas podrán concurrir a la Junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o a un tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder para cada Junta. El poder a un tercero será necesariamente notarial. No podrán ser representantes de los accionistas los Administradores y Comisarios de la Compañía.

ARTICULO QUINCE.- QUORUM: Para que se instale válidamente la Junta General de Acciones en primera convocatoria se requerirá la presencia de por lo menos la mitad de capital pagado. Si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta General se instalará con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresará en la convocatoria. Para los casos contemplados en el artículo doscientos cuarenta de la Ley de Compañías, se estará al procedimiento allí señalado.

ARTICULO DIECISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL: La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la Compañía; y, en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la compañía, siendo de su competencia lo siguiente:

1. Nombrar al Presidente, al Gerente General, al Comisario Principal y Suplente, así como a los Vocales Principales y Alternos del Directorio;
2. Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio y órganos de administración y fiscalización, como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración;
3. Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y además reformas al Estatuto, de conformidad con la Ley de Compañías;
4. Fijar las remuneraciones que percibirán el Presidente, los Vocales del Directorio, el Gerente General y el Comisario;
5. Resolver acerca de la disolución y liquidación de la Compañía, designar a los Liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación;
6. Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración el Gerente General requiere autorización del Directorio;

y, la de los que requieran autorización de la Junta General de Accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el Art. 12 de la Ley de Compañías;

7. Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la Ley;
8. Interpretar obligatoriamente el presente Estatuto;
9. Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la Compañía;
10. Aprobar el presupuesto anual de la Compañía;
11. Los demás que contemple la Ley y estos Estatutos.

ARTICULO DIECIOCHO.- JUNTA UNIVERSAL: La Compañía podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el artículo doscientos treinta y ocho de la Ley de Compañías; esto es que, La Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado; y, los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO VEINTIDOS.- CONVOCATORIA: La convocatoria a sesión de Directorio la hará el gerente de la Compañía, mediante la comunicación escrita a cada uno de los miembros. El quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

ARTICULO VEINTICUATRO.- RESOLUCIONES: Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos; y, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTICINCO.- ACTAS: De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Gerente y el Secretario que actuaron en la reunión.

Sección Cuatro: DEL GERENTE GENERAL

ARTICULO VEINTIOCHO.- DEL GERENTE GENERAL: El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente; y, podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la Compañía.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL: Son deberes y atribuciones del Gerente General de la Compañía:

- a) Representar legalmente a la Compañía, en forma judicial y extrajudicial;
- b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la Compañía;
- c) Dirigir la gestión económica-financiera de la Compañía;
- d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la Compañía

- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;
- f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado;
- g) Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- i) Presentar anualmente informe de labores ante la Junta General de Accionistas;
- j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a los dispuesto en el Estatuto y en la Ley;
- k) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones;
- l) Cuidar de que se lleven de acuerdo con la Ley los libros de Contabilidad, el de Acciones y Accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas;
- m) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de accionistas;
- n) Presentar a la Junta General de Accionistas el balance, el estado de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;
- o) Subrogar al Presidente de la Compañía en todo caso de falta o ausencia;

- p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, el presente Estatuto y Reglamentos de la Compañía, así como las que señale la Junta General de Accionistas.

CAPITULO SEXTO

DISOLUCION Y LIQUIDACION DE LA COMPAÑÍA

ARTICULO TREINTA Y DOS.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN: La disolución y liquidación de la Compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta Ley, así como por el Reglamento sobre Disolución y Liquidación de Compañías y por lo previsto en el presente Estatuto.

ARTICULO TREINTA Y TRES.- DISPOSICIÓN GENERAL: En todo lo no previsto en este Estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los Reglamentos de la Compañía y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas

ARTICULO TREINTA Y CUATRO.- AUDITORIA: Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

ARTICULO TREINTA Y CINCO.- AUDITORIA EXTERNA: En lo que se refiere a la Auditoría Externa se estará a lo que dispone la Ley.

CLAUSULA CUARTA.- DECLARACIONES: Uno: El capital suscrito con que se constituye la Compañía es de QUINCE MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, el que ha sido suscrito en su totalidad y pagado en numerario, como consta en la papeleta depósito en la cuenta de integración de capital de la Compañía, abierta en el Banco de Pichincha, que se agrega a la escritura. Lo expuesto sobre la forma de suscripción y de pago se detalla en el cuadro de integración que se expresa a continuación:

Los accionistas fundadores de la Compañía, todos son ecuatorianos y por unanimidad autorizan al señorita Estefanía Ajila, para que proceda a realizar todos los trámites que son necesarios para conseguir la aprobación de esta escritura constitutiva de la Compañía, así como también efectuar todos los trámites para que la compañía luego de su aprobación pueda seguir operando al amparo de la Constitución y leyes respectivas.

Usted Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la validez de la presente escritura constitutiva de la Compañía.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La estructura administrativa de la empresa “EMPROCASOYA S.A” estará establecida en cinco niveles jerárquicos los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

Nivel Directivo o Legislativo. Integrado por la Junta de Accionistas, tiene la función de legislar sobre políticas, las cuales se debe seguir en la empresa, así también como establecer reglamentos y resoluciones.

Nivel Ejecutivo. Está conformado por el puesto de Gerente, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales de la empresa, también es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

Nivel Asesor. Al ser una empresa pequeña, hemos considerado conveniente mantener una Asesoría Jurídica externa.

Nivel de Apoyo. Está conformado por el puesto de secretaria-Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables de la empresa.

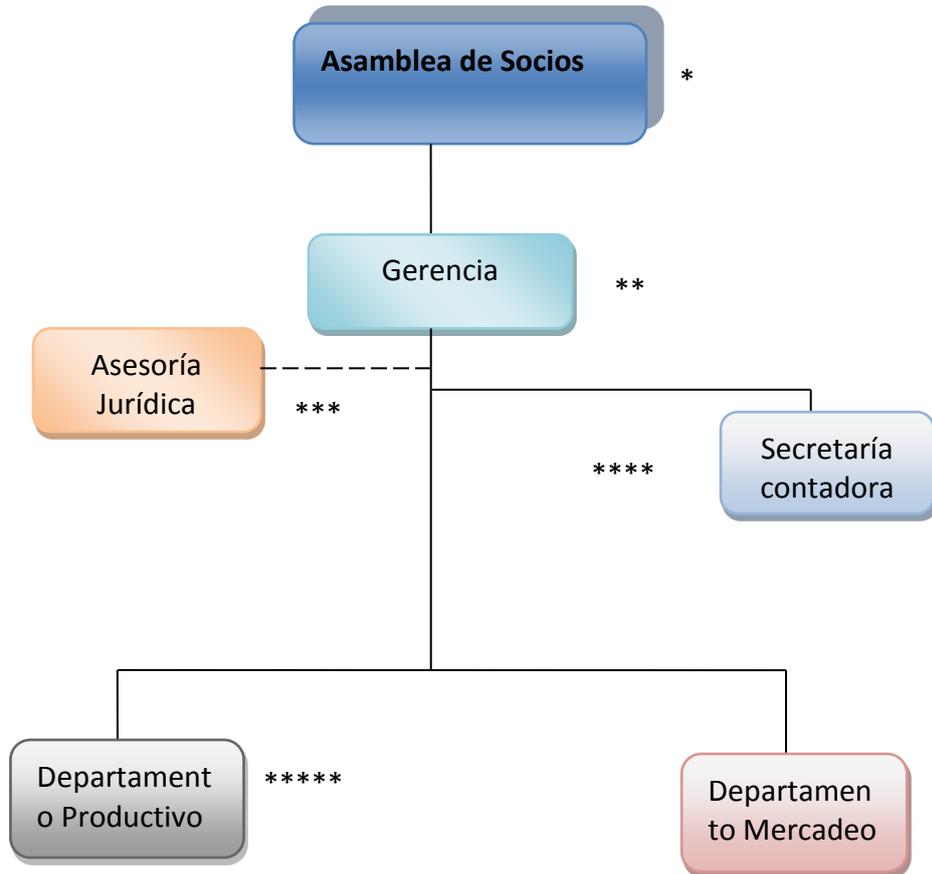
Nivel Operativo. Está conformado por los puestos que desempeñan las personas que realizan las labores de producción de la empresa.

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

- **Organigrama Estructural.** Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama Funcional.** Es una modalidad de la estructura y coincide en representar gráficamente las funciones principales o básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por los más importantes y luego se registra de menor transcendencia.
- **Organigrama Posicional.** Detalla el cargo y el sueldo que va a percibir cada unidad administrativa de acuerdo al nivel administrativo que se encuentre.

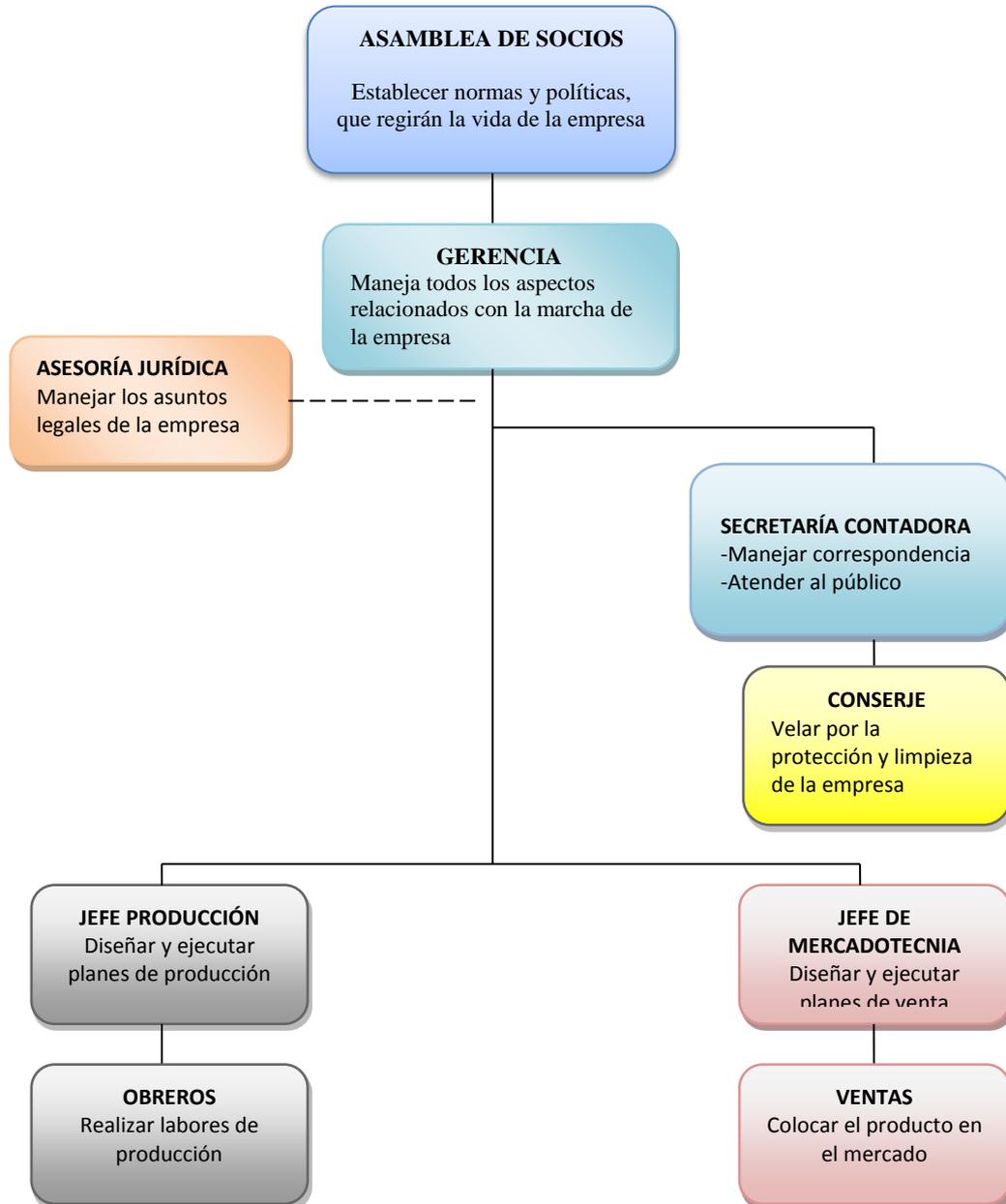
GRAFICO Nº 24
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaboración: La autora

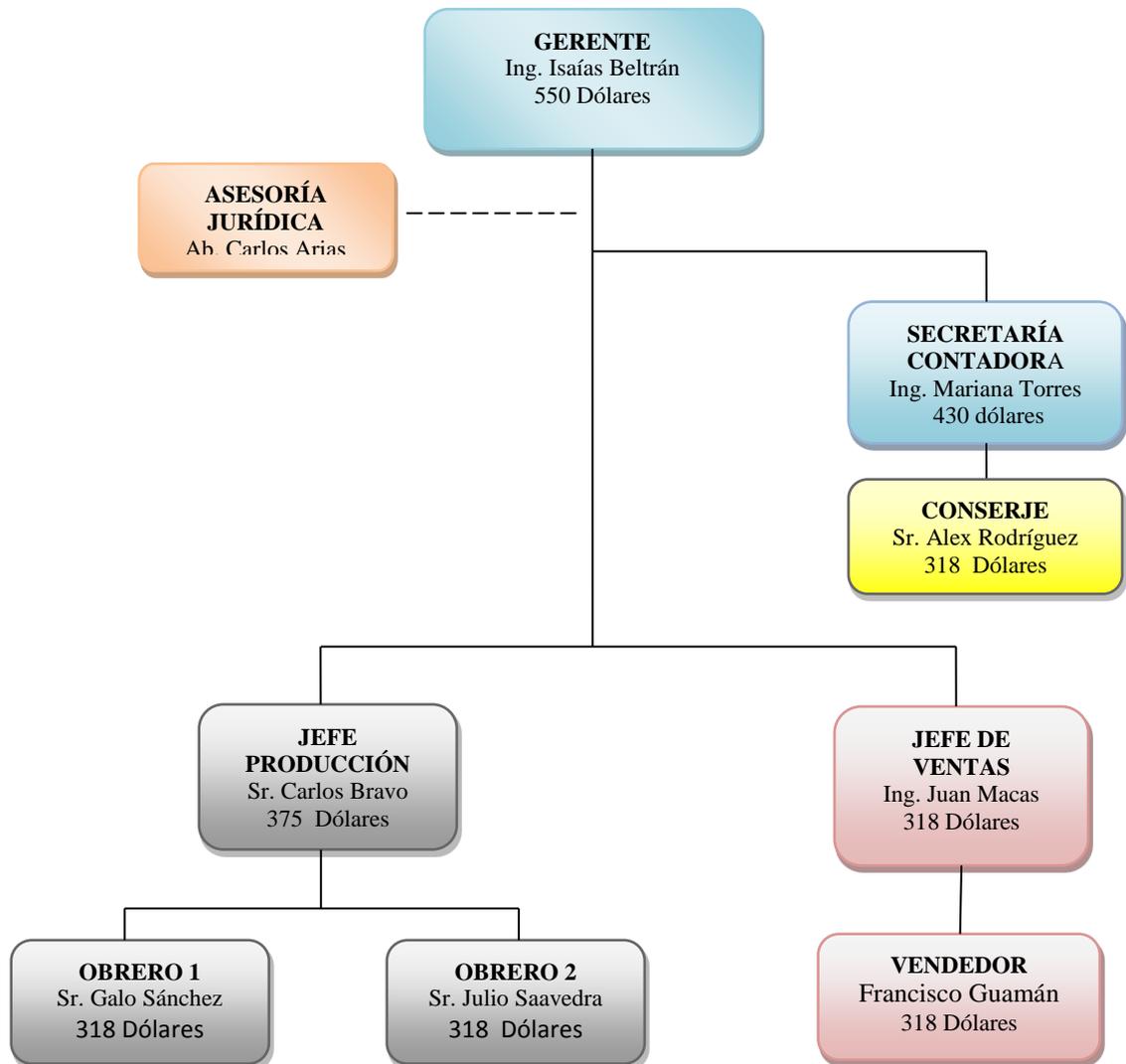
- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel Auxiliar
- ***** Nivel Operativo

GRAFICO Nº 25
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: La autora

GRAFICO Nº 26
ORGANIGRAMA POSICIONAL



Elaboración: La autora

MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL DE LA EMPRESA “EMPROCASOYA C.A”

TITULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

NATURALEZA DE TRABAJO

Legislar y normar los aspectos de mayor importancia, como también velar por los intereses de la misma.

FUNCIONES

- Discutir y aprobar los aspectos de mayor trascendencia en la vida de la empresa.
- Deliberar y aprobar los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que le corresponde a cada socio.
- Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.
- Velar por el progreso de la empresa
- Emitir criterios

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- Legislar las políticas de la organización, para ello debe tener la calidad de socio legalmente reconocido.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Ser accionista de la empresa
- Tener un capital invertido

CODIGO: 01
DEPARTAMENTO: ADMINISTRACION GENERAL
TITULO DEL PUESTO: GERENTE
SUPERIOR INMEDIATO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO

Gestionar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial. Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

FUNCIONES

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS

- Educación superior

- Experiencia mínimo 2 años
- Acreditar experiencia en manejo de personal
- Cursos de relaciones humanas
- Cursos en mercadotecnia

CODIGO: 02

TITULO DEL PUESTO : ASESOR JURÍDICO

DEPENDE DE : GERENTE GENERAL

NATURALEZA DEL TRABAJO

El trabajo implica el manejo de las relaciones conflictivas de manera conciliadora que tenga que enfrentar la empresa.

FUNCIONES

- Atender los asuntos judiciales de la empresa.
- Asesorar en asuntos legales a directivos y ejecutivos.
- Representar legalmente a la empresa en asuntos judiciales.
- Realizar trámites legales de la empresa
- Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere de formación en jurisprudencia con alta iniciativa y capacidad para solucionar los problemas de tipo legal de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS

- Doctor en Jurisprudencia
- 2 años de experiencia en casos similares
- Conocer sobre administración bancaria

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Título en Contabilidad y Auditoría
- 2 años en funciones afines
- Cursos de informática
- Curso de relaciones humanas

CÓDIGO : 04
DEPENDENCIA : DEPARTAMENTAL
TITULO DEL PUESTO : CONSERJE
DEPENDE DE : GERENCIA

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de limpieza y seguridad en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Velar por la seguridad e higiene de la empresa.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Colaborar en las actividades de mensajero y ventas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de limpieza y seguridad de la empresa. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Bachiller
- Un año de experiencia

CÓDIGO: 05
DEPARTAMENTO: VENTAS
TITULO DEL PUESTO: JEFE DE VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO

Dirigir, organizar y programar las actividades de Comercialización

FUNCIONES

- Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
- Establecer metas y objetivos. Es importante aclarar que las metas son a largo plazo o sea, son más idealistas, es como decir que la meta puede ser, llegar ser el número uno en un mercado determinado, mientras que los objetivos son más precisos y a plazos más cortos.
- Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas. Debido a que el gerente es quien conoce.
- Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- Efectuar el reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores.
- Efectuar la compensación, motivación y guía la fuerza de venta.
- Conducir el análisis de costos de ventas
- Efectuar la evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.

REQUISITOS

- Experiencia de mínimo un año.
- Educación superior en administración de empresas

CÓDIGO: 06
DEPARTAMENTO: VENTAS
TITULO DEL PUESTO: VENDEDOR

NATURALEZA DEL TRABAJO

Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir las ventas del producto.

FUNCIONES

- Consolidar de cartera de clientes.
- Efectuar la prospección y captación de otros clientes.
- Realizar la argumentación y cierre de ventas para cumplir con la meta mensual
- Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- Mantener las buenas relaciones interpersonales
- Hacer conocer el producto
- Realizar pronóstico de ventas

REQUISITOS

- Experiencia de mínimo un año.
- Facilidad de palabra
- Buenas relaciones
- Emprendedor
- Proactivo

CODIGO: 07

DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO

Supervisar la producción.

Funciones:

- Realizar la medición del trabajo.
- Determinar los métodos del trabajo.
- Supervisar y definir la Ingeniería de producción.
- Efectuar el análisis y control de fabricación o manufactura.
- Realizar la planeación y distribución de instalaciones.
- Efectuar la administración de salarios de mano de obra.
- Determinar las políticas de higiene y seguridad industrial.
- Realizar el control de la producción y de los inventarios.
- Efectuar el control de Calidad.

Requisitos:

- Título en Administración de empresa o afines
- Experiencia mínima de dos años
- Cursos de relaciones humanas

CODIGO: 08
DEPENDENCIA : PRODUCCION
TITULO DEL PUESTO : OBRERO
DEPENDE DE : JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de producción en la empresa.

FUNCIONES

- Ejecutar el proceso de producción.
- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Colaborar en las actividades de venta.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Bachiller o estudiante universitario
- Conocimiento de manejo de maquinaria
- Relaciones interpersonales

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

El estudio financiero busca dar una idea de cómo estarán estructurados los principales costos y las inversiones necesarias que se tendrán que realizar al momento de montar la empresa, basados en los datos obtenidos previamente (Estudio Técnico) por lo que dichos datos deben haber sido recopilados de forma objetiva y confiable, para que la información que se refleje en el estudio financiero sea lo más ajustada a la realidad.

Inversión y Financiamiento

Una vez conocido los diversos requerimientos para el proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

Activos Fijos

Maquinaria y Equipo de Producción

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación. Se detalla a continuación.

CUADRO N° 29

INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Tostadora 20 Kg./Hora	1	1800,00	1800,00
Molino industrial 16 Kg/hora	1	1200,00	1200,00
Empacadora Automática	1	6000,00	6000,00
TOTAL			9000,00

Fuente: Metalúrgica Balcázar, Corimpomaq

Elaboración: La autora

HERRAMIENTAS: Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local Piñas y a nivel nacional. Se detalla a continuación:

Cuadro N° 30

INVERSION HERRAMIENTAS DE PRODUCCION			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pala de madera	1	25,00	25,00
Bandejas de aluminio para enfriamiento	2	80,00	160,00
TOTAL			185,00

Fuente: Almacenes

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE OFICINA: Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. Se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 31

INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALORTOTAL
Computadora de escritorio	2	800,00	1600,00
Impresora	1	210,00	210,00
Teléfono	1	25,00	25,00
Calculadora CASIO	1	30,00	30,00
TOTAL			1865,00

Fuente: Interplus

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES: Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 32

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio con sillón tipo Gerente	1	280,00	280,00
Silla oficina	4	45,00	180,00
Percha	5	40,00	200,00
Sillas de espera 3x1	2	40,00	80,00
Escritorio con silla tipo secretaria	1	110,00	110,00
Mesa de trabajo 2mts x 90m en Acero inoxidable	1	65,00	65,00
TOTAL			715,00

Fuente: Ferretero y Oro Servifrio
Elaboración: La Autora

VEHÍCULO: Constituye el elemento indispensable para la comercialización del producto.

Cuadro Nº 33

INVERSIÓN EN VEHÍCULO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Moto de Carga	1	2.500,00	2.500,00
TOTAL			2.500,00

Fuente: Centro Comercial García
Elaboración: La Autora

Total Activo Fijo. Resumen

Constituyen las inversiones que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian tal es el caso de las maquinaria y equipo, edificios, muebles enceres, vehículo y otros.

CUADRO N° 34

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo de producción	9000,00
herramientas de Producción	185,00
Equipos de Oficina	1865,00
Muebles y Enseres	715,00
Vehículo	2500,00
Total	14265,00

Fuente: Cuadros No. 29, 30, 31, 32, 33

Elaboración: La Autora

Activos Intangibles o Diferidos

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

Cuadro N° 35

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Elaboración del proyecto	600,00
Constitución Legal de la Empresa	220,00
Registro sanitario	1500,00
Patente I. Municipio de Sta. Rosa	420,00
Permiso de funcionamiento Intendencia	150,00
Permiso de funcionamiento B. Cuerpo de Bomberos	42,00
Gastos organizativos	600,00
Imprevistos	200,00
TOTAL	3.732,00

Elaboración: La autora

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para el primer mes. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

Materia Prima Directa

Para producir machica de soya se requiere solamente el frejol de soya, la cual debe estar totalmente seca, la misma tiene un costo de \$50,00 dólares el saco de 50 Kilos en los centros mayoristas.

Análisis

Para determinar la cantidad diaria de materia prima que se necesita para la producción se tomó en consideración el primer año proyectado que es de 50765 paquetes, el cual se necesitará 2 kilogramos aproximadamente de soya por día y 508 kilogramos por año (10.6 sacos de soya de 50 kilogramos) la proyección se la realiza considerando la tasa de inflación de 4.16% del año 2012.

Cuadro N° 36

INVERSION MATERIA PRIMA				
Año	Capacidad Instalada Anual	Materia Prima (Sacos 50kl)	Valor Unitario	Costo total
1	50765	508	50	25.382,32
2	53040	530	52	27.623,23
3	56160	562	54	30.464,85
4	59280	593	57	33.495,09
5	59280	593	59	34.888,48

Fuente: Investigación directa, (capacidad utilizada anual)

Elaboración: La autora

Materia Prima Indirecta

Para determinar el costo de material de empaque se hace necesario establecer el número de unidades de empaque de polipropileno el cual viene en bobinas o también llamadas películas tiene un precio de alrededor de 4,00 el millar y por ende cada empaque que se necesita para contener la machica de soya tiene un costo de 0,04 centavos.

Cuadro N° 37

INVERSION MATERIA INDIRECTA			
Año	Cantidad	Valor unitario	Costo total
1	50765	0,04	2030,59
2	53040	0,04	2209,86
3	56160	0,04	2437,19
4	59280	0,05	2679,61
5	59280	0,05	2791,08

Fuente: Investigación directa, (capacidad utilizada anual)

Elaboración: La autora

Mano de Obra Directa.**Cuadro N° 38**

INVERSION EN MANO DE OBRA DIRECTA		
RUBROS/PRESUPUESTOS	OBRERO 1	OBRERO 2
Salario Básico Unificado	318,00	318,00
Décimo Tercer Sueldo 1/12	26,50	26,50
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	13,25	13,25
Aporte Patronal (11,15)	35,47	35,47
IECE 0.5%	1,60	1,60
SECAP0.5%	1,60	1,60
Total mensual	422,92	422,92
Total anual	5075,04	5075,04
TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA		10150,08

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La autora

Cuadro N° 39

INVERSION EN MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL AÑO 2		
RUBROS/PRESUPUESTOS	OBRERO 1	OBRERO 2
Salario Básico Unificado	318,00	318,00
Décimo Tercer Sueldo 1/12	26,50	26,50
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	26,50	26,50
Vacaciones	13,25	13,25
Aporte Patronal 11.15	35,47	35,47
IECE 0.5%	1,60	1,60
SECAP0.5%	1,60	1,60
Fondos de Reserva	26,50	26,50
Total mensual	449,42	449,42
Total anual	5393,04	5393,04
TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA		10786,08

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La autora

Costo de Producción. Resumen

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye materia prima, materiales Indirectos y mano de obra directa; su monto asciende a 37.562,98 Se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro Nº 40

COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTOS AÑO 1
Materia prima directa	25.382,32
Materiales indirectos	2.030,59
Mano de obra directa	10150,08
Total	37.562,98

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Energía Eléctrica.

De acuerdo a las tarifas establecidas y proporcionadas por la CNEL, 0.08 dólares el Kw/H, se estima un consumo promedio mensual de energía de 500.00 Kilowatios lo que ocasiona un costo mensual de \$ 40,00 dólares El costo anual representa \$ 480,00 dólares.

Cuadro N° 41

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (Kw/h)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de energía eléctrica	1100	0,08	88,00	1.056,00

Fuente: CNEL El Oro
Elaboración: La Autora

Servicio Telefónico

Se estima que este valor asciende a \$25.00 dólares mensuales. \$ 300.00 dólares anuales.

Agua Potable.

Se considera el consumo de agua potable para actividades relacionadas con el área administrativa, lo que se utiliza en producción como materia prima ya se contabilizó en su parte correspondiente.

Cuadro N° 42

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (m3)	VALOR. UNITARIO	VALOR. MENSUAL	VALOR. ANUAL
Consumo de agua	7	13.50	94.50	1.134.00

Fuente: Emapa S.R
Elaboración: La autora

Material de Oficina

Se estima que para material de oficina, esto es papel bond, notas de venta, facturas, etc. Se incurre en un costo mensual de \$ 15.00 dólares. \$ 180.00 dólares anuales.

Útiles de Aseo.

Se necesita de ciertos elementos para la limpieza diaria del equipo de producción, así como de la planta misma de producción en conjunto.

En lo referente a este rubro, existe ciertos elementos que tienen una larga duración como son las escobas por ejemplo, existen otros que son perecibles con su uso final, por tanto se estima este valor en \$30,00 dólares mensuales, \$ 360.00 dólares anuales.

Arriendos.

Un local como el requerido tiene un costo mensual de \$ 200,00 dólares en el lugar establecido para la instalación de la empresa. Por tanto el costo anual asciende a \$.2400,00 dólares.

Sueldos de Administración.

Se refieren a los sueldos para el personal que trabajara en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar.

Cuadro Nº 43

INVERSION EN SUELDOS ADMINISTRATIVOS			
RUBROS/PRESUPUESTOS	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CONSERJE
Salario Básico Unificado	550,00	410,00	318,00
Décimo Tercer Sueldo 1/12	45,83	34,17	26,50
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	26,50	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	22,91	17,08	13,25
Aporte Patronal 11.15	61,33	45,72	35,47
IECE 0.5%	2,75	2,05	1,60
SECAP 0.5%	2,75	2,05	1,60
Total mensual	712,07	537,57	421,32
Total anual	8544,84	6450,84	5055,84
TOTAL COSTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS			20051,52

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

Cuadro N° 44

INVERSION EN SUELDOS ADMINISTRATIVOS AÑO 2			
RUBROS/PRESUPUESTOS	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CONSERJE
Salario Básico Unificado	550,00	410,00	318,00
Décimo Tercer Sueldo 1/12	45,83	34,17	26,50
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	26,50	26,50	26,50
Vacaciones	22,91	17,08	13,25
Aporte Patronal 11.15	61,33	45,72	35,47
IECE 0.5%	2,75	2,05	1,60
SECAP 0.5%	2,75	2,05	1,60
Fondos de Reserva	45,83	34,17	26,50
Total mensual	757,90	571,74	449,42
Total anual	9094,80	6860,88	5393,04
TOTAL COSTOS SUELDOS			21348,72

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La autora

Gastos Administrativos, Resumen

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye remuneraciones al personal administrativo, material de oficina, material de limpieza y servicios básicos, etc.

Cuadro N° 45

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, Resumen		
DESCRIPCIÓN	GASTOS MENSUAL	GASTOS AÑO 1
Sueldos administrativo	1670,96	20051,52
Servicio telefónico	25,00	300,00
Energía eléctrica	88,00	1056,00
Agua potable	94,50	1.134,00
Arriendos	200,00	2400,00
Material de oficina	15,00	180,00
Útiles de aseo	30,00	360,00
Total	2123,46	24347,52

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

GASTOS DE VENTAS

Se detalla los gastos correspondientes a publicidad y mantenimiento de la moto, lo cual tiene por objeto dar a conocer los productos de la empresa y por consiguiente incrementar el volumen de ventas.

Sueldo Ventas. Se refiere a los sueldos para el personal de ventas como jefe de ventas y vendedor.

Cuadro Nº 46

INVERSION EN SUELDO VENTAS	
RUBROS PRESUPUESTOS	VENDEDOR
Salario Básico Unificado	318,00
Décimo Tercer Sueldo	26,50
Décimo Cuarto Sueldo	26,50
Vacaciones	13,25
Aporte Patronal (11,15)	35,47
IECE	1,60
SECAP	1,60
Total mensual	422,92
Total anual	5075,04
TOTAL COSTO SUELDO VENTAS	11002,08

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro Nº 47

INVERSION EN SUELDO VENTAS PARA EL AÑO 2	
RUBROS PRESUPUESTOS	VENDEDOR
Salario Básico Unificado	318,00
Décimo Tercer Sueldo	26,50
Décimo Cuarto Sueldo	26,50
Vacaciones	13,25
Aporte Patronal	35,47
IECE	1,60
SECAP	1,60
Fondos de Reserva	26,50
Total mensual	449,42
Total anual	5393,04
TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	5393,04

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Publicidad

La publicidad se realizará a través de una emisora de mayor frecuencia de la ciudad de Sta. Rosa, 12 pasadas diarias en las horas de mayor sintonía (5 días a la semana). Cuyo valor es de 60 dólares de publicidad radial mensual y 720 anuales.

Promoción

Se realizará la degustación puerta a puerta por tres meses mediante la colaboración de dos personas, las mismas que en sus espaldas llevarán unas mochilas cafeteras.

Esta degustación se la realizará tres veces a la semana, viernes, sábado y domingo porque estos días las calles están más concurridas, 60 dólares mensuales a cada colaborador por la degustación, lo que corresponde un total de 120 dólares en el mes y 360 dólares el total de los tres meses de promoción.

Combustibles y Lubricantes.

Para la comercialización que se realizará los fines de semana, se considera un costo promedio de 30 dólares, 3.75 semanales para gasolina y un costo de 8,00 dólares para lubricantes adicionales más 7,00 dólares por concepto

de mantenimiento mecánico lo que da un total de 45,00 dólares mensuales y 540.00 dólares anuales.

Con ello tenemos que los gastos totales mensuales por ventas ascienden a 165.00 dólares.

Cuadro Nº 48

GASTOS DE VENTA		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
Sueldos	422,92	5075,04
Publicidad	60,00	720
Promoción	30,00	360
Mantenimiento	45,00	540
Total	557,92	6.695,04

Fuente Investigación directa

Elaboración: Las Autora

Cuadro Nº 49

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO AÑO 1
Materia prima directa	2115,19	25.382,32
Materiales indirectos	169,22	2.030,59
Mano de obra directa	845,84	10150,08
Gastos de Administración	2028,96	24347,52
Gastos de venta	557,92	6.695,04
Total	5717,13	68605,54

Fuente: Cuadro Nº 34, 35, 36, 41 y 45

Elaboración: La autora

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

La inversión requerida para el proyecto permite crear 3 puestos directos de empleo, a más que beneficiará directamente a los comerciantes intermediarios dela ciudad de Santa rosa.

CUADRO N° 50

RESUMEN DE LAS INVERSIONES RUBRO	MONTO	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipo	9000,00	
Equipo de Oficina	1865,00	
Muebles y Enseres	715,00	
Herramientas	185,00	
Vehículo	2500,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	14265,00	60,15
ACTIVOS DIFERIDOS		
Elaboración del proyecto	600,00	
Constitución Legal	220,00	
Registro sanitario	1500,00	
Patente I.M. Santa Rosa	420,00	
Permiso de funcionamiento Intendencia	150,00	
Permiso de funcionamiento B. Cuerpo de Bomberos	42,00	
Gastos organizativos	600,00	
Imprevistos	200,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3732,00	15,74
CAPITAL DE OPERACIÓN		
Materia Prima Directa	2115,19	
Materiales Indirectos	169,22	
Mano de Obra Directa	845,84	
Gastos Administrativos	2028,96	
Gastos de Venta	557,92	
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	5717,13	24,11
TOTAL INVERSIÓN	23714,13	100,00

Fuente: Cuadro N° 34, 35, 49
Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 70 % del total de la inversión que corresponde a \$ 16.599,89 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 30% que corresponde a \$ 7.114,13 dólares a 3 años plazo al 12% de interés anual en créditos de producción con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones.

Cuadro Nº 51

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	70	16.599,89
Crédito	30	7.114,24
TOTAL	100	23.714,13

ANÁLISIS DE COSTOS

a) Costo de Producción

Están calculados sobre la base del programa de producción que se ha determinado tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

Entre los elementos que conforman los costos de producción tenemos:

COSTO PRIMO

Materia prima directa.- Para el primer año de operación tenemos un costo de \$ 25382,32 dólares.

Materiales Indirectos.- Están constituidos por todos los materiales e insumos que se consumen en el proceso productivo pero que no se adhieren al producto \$ 2030,59 dólares.

Mano de obra directa.- Esta constituida por la remuneración que debe pagarse al personal que realiza el proceso de producción. El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra asciende a \$ 10150,08 dólares anuales.

Gastos de Fabricación.- Lo constituyen depreciación de maquinaria y herramientas, de tal forma tenemos, El valor de las depreciaciones que es de 826.65 dólares, amortización del activo diferido 746,40.

Depreciaciones

Para la depreciación de los diferentes activos de la empresa se aplica los coeficientes que ha establecido el Sistema de Rentas Internas, son los siguientes:

- Maquinaria, equipos y muebles 10% anual, 10 años
- Equipo de cómputo 33% anual, 3 años
- Vehículo 20% anual, 5 años.

Cuadro Nº 52

DEPRECIACIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	V. RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	9000,00	900,00	810.00
Herramientas	10%	185.00	18.50	16.65
TOTAL			918.50	826.65

Costo de Operación

Comprende los gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos no especificados.

Gastos de Administración

Son los valores necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, estos valores se detallan en el estudio de capital de operación; a este valor se agregan los valores correspondientes a las depreciaciones cuyo valor se detalla a continuación:

Cuadro N° 53

DEPRECIACIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DESCRIPCIÓN	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Oficina	10%	65.00	6.50	5.85
Muebles y Enseres	10%	715.00	71.50	64.35
Equipo de Computación	33%	1800.00	594	162.00
TOTAL			78	232.20

Puesto que el equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años que es menor al tiempo de vida útil del proyecto, se estima que debe reinvertirse en los mismos a partir del cuarto año de operación; para ello se estima que sus costos se incrementarán en un 50%, con estos nuevos valores se procede a calcular la depreciación correspondiente.

Cuadro Nº 54**DEPRECIACIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA, PARA LOS
AÑOS 4 Y 5**

DESCRIPCIÓN	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Computación	33,33%	2700.00	899.91	600.03
TOTAL			899.91	600.03

Gastos de Venta

Son los valores necesarios para desarrollar las labores que permitan que el producto pueda llegar a los usuarios.

El monto anual por este concepto asciende a 1.620 dólares, en los que se suma la depreciación del vehículo 400

Cuadro Nº 55

DEPRECIACIONES DEL ÁREA DE VENTAS				
DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	Valor RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Vehículo	20%	2.500.00	500,00	400
TOTAL			500,00	400

Gastos Financieros.- Constituyen los intereses a pagar por el crédito obtenido, para el primer año este valor asciende a 717.00 los valores correspondientes a los demás años se muestran en el cuadro correspondiente a la amortización del crédito.

Otros Gastos.- Son los valores necesarios para desarrollar las labores previas a la implementación de la empresa, está constituido por los activos diferidos, cuyos valores se los espera recuperar en el lapso de 5 años, además se considera el valor correspondiente a la amortización del crédito.

CUADRO N° 56
CUADRO DE AMORTIZACIÓN

Capital: 7.114.24 **Tasa:** 12% **Plazo:** 36 MESES

AÑO 1

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDOS	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
1	7.114,24	197,62	71	269	6.917
2	6.845	197,62	68	266	6.719
3	6.651	197,62	67	264	6.521
4	6.455	197,62	65	262	6.324
5	6.259	197,62	63	260	6.126
6	6.064	197,62	61	258	5.929
7	5.868	197,62	59	256	5.731
8	5.672	197,62	57	254	5.533
9	5.477	197,62	55	252	5.336
10	5.281	197,62	53	250	5.138
11	5.085	197,62	51	248	4.940
12	4.890	197,62	49	247	4.743
		2.371,41	717	3.088	

AÑO 2

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDOS	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
13	4.694	197,62	47	245	4.545
14	4.498	197,62	45	243	4.348
15	4.303	197,62	43	241	4.150
16	4.107	197,62	41	239	3.952
17	3.911	197,62	39	237	3.755
18	3.716	197,62	37	235	3.557
19	3.520	197,62	35	233	3.360
20	3.324	197,62	33	231	3.162
21	3.129	197,62	31	229	2.964
22	2.933	197,62	29	227	2.767
23	2.737	197,62	27	225	2.569
24	2.542	197,62	25	223	2.371
		2.371,41	434	2.806	

AÑO 3

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDOS	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
25	2.346	197,62	23	221	2.174
26	2.150	197,62	22	219	1.976
27	1.955	197,62	20	217	1.779
28	1.759	197,62	18	215	1.581
29	1.563	197,62	16	213	1.383
30	1.368	197,62	14	211	1.186
31	1.172	197,62	12	209	988
32	976	197,62	10	207	790
33	781	197,62	8	205	593
34	585	197,62	6	203	395
35	389	197,62	4	202	198
36	194	197,62	2	200	0
		2.371,41	152	2.524	
CREDITO		7.114,24			
INTERÉS A PAGAR			1.303		
CRÉDITO E INTERÉS DEL DINERO.				8.417	

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaboración La autora

ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable. La cual se calculará estos valores.

La presente proyección se ha efectuado considerando el indicador económico tasa de inflación del año 2012, cuyo valor es de 4,16%.

CUADRO Nº 57
PRESUPUESTOS DE COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS

RUBROS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
Costo de Producción	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	25382,32	27623,23	30464,85	33495,09	34888,48
Materiales Indirectos	2030,59	2209,86	2437,19	2679,61	2791,08
Mano de Obra Directa	10150,08	17088,12	17798,99	18539,42	19310,66
Total costo primo	37562,98	46921,21	50701,02	54714,12	56990,23
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de Maquinaria y Equipo	810	810	810	810	810
Depreciación de herramientas	16,65	16,65	16,65	16,65	16,65
Total carga proceso de fabricación	826,65	826,65	826,65	826,65	826,65
GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración					
Sueldos y Salarios	20051,52	21348,72	22236,83	23161,88	24125,41
Material de Oficina	180	187,49	195,29	203,41	211,87
Energía Eléctrica	1056	1099,93	1145,69	1193,35	1242,99
Agua Potable	1134	1181,17	1230,31	1281,49	1334,80
Arriendos	2400	2499,84	2603,83	2712,15	2824,98
Servicio Telefónico	300	312,48	325,48	339,02	353,12
Utiles de Aseo	360	374,98	390,58	406,82	423,75
Deprec. de Equipo de Oficina	5,85	5,85	5,85	5,85	5,85
Deprec. De Muebles y Enseres	64,35	64,35	64,35	64,35	64,35
Deprec. Equipo de Computación	162	162	162	600,03	600,03
Total Gastos Administrativos	25713,72	27236,81	28360,20	29968,35	31187,16
Gastos de Venta					
Sueldos y salarios	5075,04	5393,04	5617,39	5851,07	6094,48
Publicidad	720	749,95	781,15	813,65	847,49
Promoción	360	374,98	390,58	406,82	423,75
Combustible y Lubricantes	540	562,46	585,86	610,23	635,62
Deprec. de Vehículo	400	400,00	400,00	400,00	400,00
Total Gastos de Venta	7095,04	7480,432	7774,98	8081,78	8401,34
Gastos Financieros					
Intereses	717	434	152	0	0
Total Gastos Financieros	717	434	152	0	0
Otros gastos					
Amortización del Activo Diferid.	746,40	746,40	746,40	746,40	746,40
Total Otros Gastos	746,40	746,40	746,40	746,40	746,40
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	72661,40	83645,64	88561,63	94337,30	98151,77

Elaboración: La Autora

CLASIFICACION DE COSTOS

Costos Fijos.- Son todos aquellos en que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de producción.

Costos variables.- Son los costos que incurre la empresa y que guardan relación con los volúmenes de producción.

- **Costo Total de Producción**

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

CUADRO Nº 58
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN, Resumen

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL	V. DEPREC. ANUAL	VALOR REAL
Costos de Producción	37562,98	826,65	38389,63
gastos de Administración	25481,52	232,20	25713,72
Gastos de venta	6695,04	400,00	7095,04
Gastos financieros	716,60		716,60
Otros Gastos	746,40		746,40
TOTAL			72661,40

Fuente: Cuadro Nº 57
Elaborado: La autora

CUADRO N° 59

ESTRUCTURA DE COSTOS

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DIRECTOS						
Materia Prima Directa		25382,32		30464,85		34888,48
Mano de Obra Directa		10150,08		17798,99		19310,66
COSTO DE FABRICACION						
Materiales Indirectos		2030,59		2437,19		2791,08
Depreciaciones	826,65		826,65		826,65	
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y Salarios	20051,5 2		22236,8 3		24125,4 1	
Gastos Generales	5662,2		6123,37		7061,74	
COSTO DE VENTA						
Sueldos y Salarios	5075,04		5617,39		6094,48	
Publicidad	720		781,15		847,49	
Promoción	360		390,58		423,75	
Combustibles y Lubricantes	540		585,86		635,62	
Depreciación Vehículo	400,00		400,00		400,00	
GASTOS FINANCIEROS						
intereses	717		152			0
OTROS GASTOS						
Amortización del Activo Diferid.	746,40		746,40		746,40	
Total Costo Fijo y Variable	35098,4 1	37562,98	37860,6 1	50701,02	41161,5 5	56990,23
Total	72661,40		88561,63		87685,81	

Fuente: Cuadro N° 57

Elaborado: La autora

- **Costo Unitario de Producción**

El costo total de producción se obtiene dividiendo el costo total para cada año para el número de unidades producidas de cada año.

FORMULA:

COSTO VALOR UNITARIO	
COSTO UNITARIO = COSTO TOTALES / UNIDADES PRODUCIDAS	
CU=	72661.40 /50765
CU=	1.43 ctvs.

CUADRO N° 60**Costo Unitario de Producción**

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	No. UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
1	72661,40	50.765	1,43
2	83645,64	53.040	1,58
3	88561,63	56.160	1,58
4	94337,30	59.280	1,59
5	98151,77	59.280	1,66

Fuente: Cuadros N 56 y 28
Elaboración: La autora

- **Precio de Venta**

Para establecer el precio de venta al público, inicialmente al costo le asignaremos un margen de utilidad del 35% al paquete de 500g, que permita comercializar el producto brindando utilidad a la empresa, y que a su vez los intermediarios también puedan obtener su margen de utilidad sin que el precio rebase las expectativas de los consumidores.

Con esta estructura, el precio del producto se obtiene inicialmente de la siguiente manera:

CUADRO Nº 61**Calculo de Ingreso por Ventas**

AÑO	COSTO TOTAL	UNIDADES PAQUETES DE 500 gr.	COSTO DE LA UNIDAD	MARGEN UTILIDAD 35%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	72661,40	50.765	1,43	0,50	1,93	98092,89
2	83645,64	53.040	1,58	0,55	2,13	112921,61
3	88561,63	56.160	1,58	0,55	2,13	119558,21
4	94337,30	59.280	1,59	0,56	2,15	127355,35
5	98151,77	59.280	1,66	0,58	2,24	132504,89

Fuente: Cuadros No. 59

Elaboración: La autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

CUADRO N° 62

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	98092,89	112921,61	119558,21	127355,35	132504,89
(-) Costo Total	72661,40	83645,64	88561,63	94337,30	98151,77
(=) Utilidad Bruta Ventas	25431,49	29275,97	30996,57	33018,05	34353,12
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	3.815	4.391	4.649	4.953	5.153
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	21616,77	24884,58	26347,09	28065,35	29200,15
(-) 25% Impuesto a la renta	5404,19	6221,14	6586,77	7016,34	7300,04
(=) Utilidad Liquida ejercicio	16212,57	18663,43	19760,31	21049,01	21900,11
(-) 10% reserva Legal	1621,26	1866,34	1976,03	2104,90	2190,01
(=) Utilidad Neta	14591,32	16797,09	17784,28	18944,11	19710,10

Fuente: Cuadros No. 60

Elaboración: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Se determina el punto de equilibrio para los años 1, 3 y 5 de vida útil del proyecto.

CÁLCULOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

1. Método Matemático

a. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{\text{VentasTotales} - \text{CostoVariable}} * 100\%$$

$$PE = \frac{35098,41}{98092,89 - 37562,98} * 100\%$$

$$PE = 57,99\%$$

a. En función de las ventas

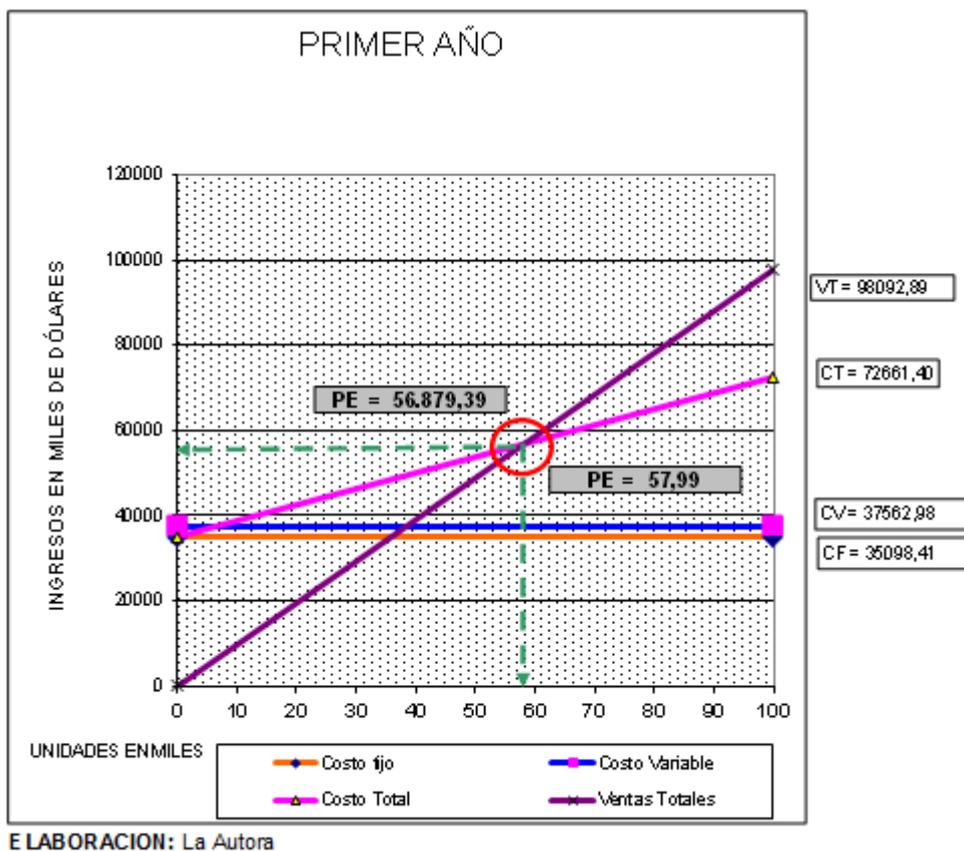
$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{VentasTotales}}}$$

$$PE = \frac{35098,41}{1 - \frac{37562,98}{98092,89}}$$

$$PE = \$56.879,40$$

2. Método Gráfico

GRÁFICO N° 27



Análisis:

El punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto en cuanto a las ventas es de USD \$ 56.879,40 y en función a la capacidad instalada es de 57,99%. Cuando la empresa alcance estas cifras se determina que no está ganando ni perdiendo, pero si es menos de la mencionada la empresa estará perdiendo y si por lo contrario sobrepasan, la empresa comenzará a ganar.

CÁLCULOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TERCER AÑO

1. Método Matemático

b. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{\text{VentasTotales} - \text{CostoVariable}} * 100\%$$

$$PE = \frac{37860,61}{119558,21 - 50701,02} * 100\%$$

$$PE = 54,98\%$$

c. En función de las ventas

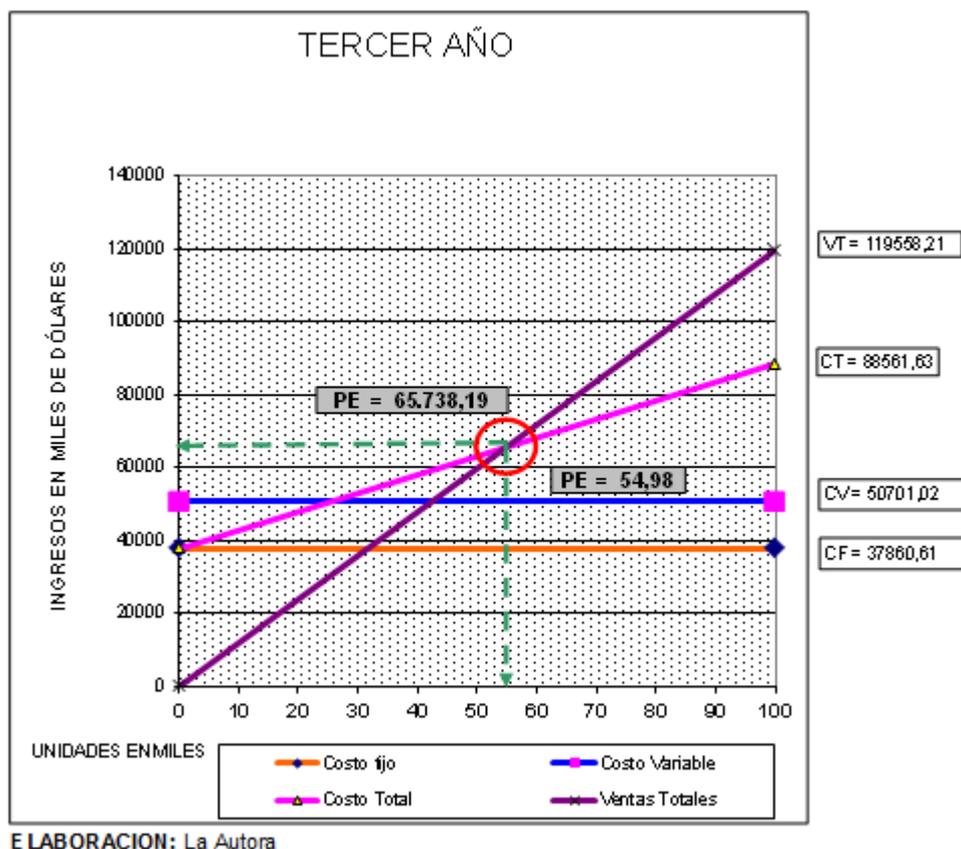
$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{VentasTotales}}}$$

$$PE = \frac{37860,61}{1 - \frac{50701,02}{119558,21}}$$

$$PE = \$ 65.738,19$$

2. Método Gráfico

GRAFICO N° 28



Análisis:

El punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto en cuanto a las ventas es de USD \$ 65.738,19 y en función a la capacidad instalada es de 54,98 %. Cuando la empresa alcance estas cifras se determina que no está ganando ni perdiendo, pero si es menos de la mencionada la empresa estará perdiendo y si por lo contrario sobrepasan, la empresa comenzará a ganar.

CÁLCULOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

1. Método Matemático

a. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{\text{VentasTotales} - \text{CostoVariable}} * 100\%$$

$$PE = \frac{41161,55}{132504,89 - 56990,23} * 100\%$$

$$PE = 54,51\%$$

b. En función de las ventas

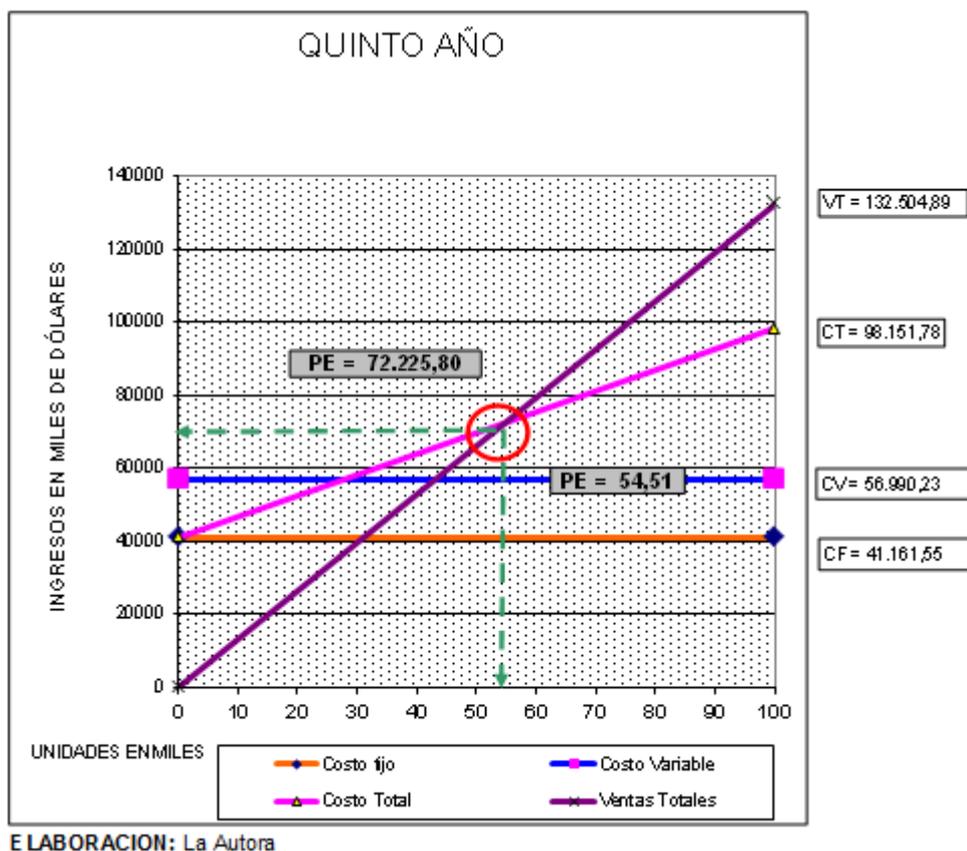
$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{VentasTotales}}}$$

$$PE = \frac{41161,55}{1 - \frac{56990,23}{132504,89}}$$

$$PE = \$ 72.225,79$$

2. Método Gráfico

GRAFICO N° 29



Análisis:

El punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto en cuanto a las ventas es de USD \$ 72.225,79 y en función a la capacidad instalada es de 54,51 %. Cuando la empresa alcance estas cifras se determina que no está ganando ni perdiendo, pero si es menos de la mencionada la empresa estará perdiendo y si por lo contrario sobrepasan, la empresa comenzará a ganar.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

El Flujo de caja es el documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa, durante un periodo de tiempo determinado.

Cuadro N° 63

FLUJO DE CAJA

DENOMINACION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		98092,89	112921,61	119558,21	127355,35	132504,89
Crédito Banco Nacional de Fomento	7.114,24					
Capital Propio	16.599,89					
Valor de Rescate				594		2396,41
Total de Ingresos	23.714,13	98092,89	112921,61	120152,21	127355,35	134901,30
EGRESOS						
Activo Fijo	14265,00					
Activo Diferido	3732,00					
Activo Circulante	5717,13					
Presupuesto de Operación		72661,40	83645,64	88561,63	94337,30	98151,77
Depreciación y Amortización		2205,25	2205,25	2205,25	2643,28	2643,28
Amortización de Capital		3.088	2.806	2.524	0	0
Total de Egresos	23714,13	77954,66	88656,43	93290,68	96980,58	100795,05
FLUJO DE CAJA	0,00	20138,22	24265,17	26861,53	30374,77	34106,25

Fuente: Cuadros del N° 51 al 54 y N°58,

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. Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

Factor De Actualización

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

Cuadro N° 64
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		10%	
0	23714,13		
1	20138,22	0,892857	17980,56
2	24265,17	0,797194	19344,05
3	26861,53	0,711780	19119,50
4	30374,77	0,635518	19303,72
5	34106,25	0,567427	19352,80
			95100,63
			23714,13
			71386,50

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto – Inversión
 V.A.N. = 95100,63 23714,13
 V.A.N. = 71386,50

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se realiza la inversión.

RELACIÓN COSTO / BENEFICIO.

La relación costo-beneficio toma los ingresos y egresos presente netos del flujo de caja para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar invertido en el proyecto.

Cuadro N° 66

RELACION BENEFICIO/COSTO						
AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	ING. ORIGINAL	FACTOR ACT.	ING ACT.
		12%			12%	
1	72661,40	0,892857	64876,25	98092,89	0,892857	87582,93
2	83645,64	0,797194	66681,79	112921,61	0,797194	90020,41
3	88561,63	0,711780	63036,42	119558,21	0,711780	85099,17
4	94337,30	0,635518	59953,06	127355,35	0,635518	80936,63
5	98151,77	0,567427	55693,95	132504,89	0,567427	75186,83
			310241,47			418825,98

$$R (B / C) = \frac{\sum \text{Ingresos Actuales}}{\sum \text{Egresos Actuales}}$$

$$R (B / C) = \frac{418825,98}{310241,47}$$

$$R (B / C) = 1,35$$

Lo cual significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de 0,35 centavos de dólar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El periodo de recuperación de capital es el tiempo en el cual se determina cuándo se logrará recuperar la inversión con los flujos reales de la empresa. En el presente trabajo además se ha considerado el pasar del tiempo por lo que se actualizaron los valores a la tasa de interés del capital de terceros.

Cuadro N° 67

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO
0		
1		20138,22
2	23714,13	44403,40
3		71264,92
4		101639,70
5		135745,95

$$PRC = \frac{\text{FLUJO NETO ACUMULADO} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO PERIODO}}$$

$$PRC = \frac{43174,97 - 23714,13}{33412,15}$$

$$PRC = 1,58$$

			1	Años
0,58	* 12 =	6,99	6	Meses
0,99	* 30 =	29,68	29	Días

Análisis El capital se recupera en 1 años, 6 meses y : 29 días

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa interna que se iguala el valor presente neto a cero.

También es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación del negocio y se expresa en porcentaje.

Cuadro N° 65
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		94,00%	MENOR	95,00%	MAYOR
0			(23714,13)		(23714,13)
1	20138,22	0,5154639175	10380,53	0,5128205128	10327,29
2	24265,17	0,2657030503	6447,33	0,2629848784	6381,37
3	26861,53	0,1369603352	3678,96	0,1348640402	3622,65
4	30374,77	0,0705981109	2144,40	0,0691610463	2100,75
5	34106,25	0,0363907788	1241,15	0,0354672032	1209,65
			178,24		-72,41

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 94 + 1,00 \left(\frac{178,24}{250,65} \right)$$

$$TIR = 94,71 \%$$

Análisis:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital debe aceptarse el proyecto

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

El proyecto debe aceptarse por cuanto la TIR es mayor al costo de capital.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un criterio de evaluación de proyectos de inversión empresarial que pretende determinar cuan sensible es el proyecto a eventuales cambios en los costos o en los ingresos. En esta oportunidad se presenta el análisis de sensibilidad con un eventual aumento de los costos presupuestados en el proyecto y cuyo resultado indica que el proyecto soporta hasta un 2.60% de incremento de los costos.

Cuadro N° 68

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 2 %								
PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 2,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR
					24,00%		25,00%	
0						(23714,13)		(23714,13)
1	72661,40	74114,63	98092,89	23978,26	0,8064516129	19337,31	0,8000000000	19182,61
2	83645,64	85318,55	112921,61	27603,06	0,6503642040	17952,04	0,6400000000	17665,96
3	88561,63	90332,86	119558,21	29225,35	0,5244872613	15328,32	0,5120000000	14963,38
4	94337,30	96224,05	127355,35	31131,30	0,4229735978	13167,72	0,4096000000	12751,38
5	98151,77	100114,81	132504,89	32390,08	0,3411077401	11048,51	0,3276800000	10613,58
						834,01		-822,98

Elaboración: La autora

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right) = 24,00 + \left(1,00 \frac{834,01}{1656,99} \right) = 24,50 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 42,74 - 24,50 = 18,24 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 18,24 / 42,74 = 42,67\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 42,67 / 42,74 = 0,99$$

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

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 2,00%

Cuadro N° 69

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS DEL 2,6 %								
PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 2,60%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR
					22,00%		23,00%	
0						(23714,13)		(23714,13)
1	72661,40	98092,89	95542,47	22881,07	0,8196721311	18754,98	0,8130081301	18602,50
2	83645,64	112921,61	109985,65	26340,01	0,6718624026	17696,86	0,6609822196	17410,28
3	88561,63	119558,21	116449,70	27888,07	0,5507068874	15358,15	0,5373839184	14986,60
4	94337,30	127355,35	124044,11	29706,81	0,4513990880	13409,63	0,4368974946	12978,83
5	98151,77	132504,89	129059,76	30907,99	0,3699992525	11435,93	0,3552012151	10978,56
						655,66		-1043,13

Elaboración: La autora

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 22,00 + \left(1,00 \frac{655,66}{1698,79} \right) = \mathbf{22,39 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 33,50 - 22,39 = 11,12 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 11,12 / 33,50 = 33,19\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 33,19 / 33,50 = \mathbf{0,990}$$

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

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 2,60%

h. CONCLUSIONES

En base al presente trabajo de investigación se puede señalar las siguientes conclusiones:

- ❖ Después de haber realizado el estudio de mercado y analizado los resultados obtenidos en la oferta y demanda se pudo determinar que para el año base se ha obtenido una demanda insatisfecha de 76.085 paquetes de maquilla de soya.
- ❖ Con la implementación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de machica de soya, cubrirá el 81.35% de la demanda insatisfecha con la utilización del 100% de la capacidad instalada.
- ❖ La empresa estará localizada en el Ciudad de Santa - Barrio Ernesto Nieto en la Provincia de El Oro; dispondrá de un local en arriendo de 200m² y una infraestructura de la misma dimensión, así también contara con todos los servicios indispensables para su normal funcionamiento.
- ❖ En el proceso productivo de la machica de soya se utilizará maquinaria y equipo de la última tecnología que garantice un trabajo de calidad para satisfacción de los consumidores.

- ❖ Las Inversiones totales en el proyecto suman un valor de \$23.714,13 la misma que tendrá un financiamiento propio de los socios de \$16.599.89 y un financiamiento externo obtenido vía crédito de \$7.114,24 en el Banco Nacional de Fomento solicitado para ser cancelado en tres años plazo a través de pagos mensuales de interés y capital.

- ❖ Los indicadores de Evaluación financiera presentan resultados positivos para llevar a efecto el proyecto.

i. RECOMENDACIONES

Una vez culminado el presente trabajo investigativo se recomienda.

- Diseñar estrategias de marketing para introducir el producto en el mercado, difundiendo el beneficio nutritivo que brindará a las familias.
- Utilizar los manuales de funciones para distribuir las actividades adecuadamente en relación al cargo.
- Aprovechar al máximo las disponibilidades que brinda la localización del proyecto en la Ciudad de Santa Rosa, como disponibilidad de materia prima, el clima favorable, el exceso a las vías y la disponibilidad de los servicios básicos.
- Al momento de contratar al personal para que trabaje en la microempresa dar prioridad a las personas del lugar para reducir la desocupación en la Ciudad de Santa Rosa provincia de El Oro y así mejorar la calidad de vida de estas personas beneficiadas.
- Estructurar adecuadamente la información contable, que permita el fácil análisis y evaluación para la toma de decisiones.
- Determinar los puntos de Equilibrio anualmente para tener presente con qué cantidad de unidades, ingresos o capacidad instalada la empresa no gana ni pierde en otras palabras encuentra equilibrio en sus ingresos y costos.

- Se recomienda llevar a cabo este proyecto ya que es factible, y se lo demostró a través del análisis a los indicadores de evaluación financiera.

j. BIBLIOGRAFÍA

Para el presente trabajo se tomara información importante de:

- ✚ BACA Gabriel “Evaluación de Proyectos” McGraw-Hill; Séptima Edición 2013.
- ✚ BACA Gabriel “Evaluación de Proyectos” McGraw-Hill; Tercera Edición 2009.
- ✚ SAPAG José Evaluación de Proyectos de Inversión McGraw-Hill: Tercera Edición 2007
- ✚ JARAMILLO César “Guía para la Elaboración de Tesis de Grado” 2008.
- ✚ PASACA Manuel “Manual de Elaboración de Proyectos de Graduación a nivel Superior” 2009.
- ✚ Módulo Elaboración de Proyectos de inversión empresarial
- ✚ INEC; Análisis del Sistema Agroalimentario de la Soya en el Ecuador, Pg. 6
- ✚ LESCURE Beruete Luis Felipe; Diccionario Gastronómico, Visión Net, Madrid – España, Pg. 136
- ✚ KLOR de Alba Jorge, GOSSEN Gary, LEON Portilla Miguel, Gutiérrez Estevez Manuel; De Palabra y Obra en el Nuevo Mundo, Siglo XXI de España Editores S.A, Madrid – España, 1995, Pg. 245

k. ANEXOS

Anexo 1



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

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro interesada en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO”**, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son sus ingresos promedios? Entre las siguientes alternativas marque con una (x) la respuesta correcta.

- | | |
|-------------|--------|
| 1 – 350 | () |
| 301 – 600 | () |
| 601 – 900 | () |
| 901 – 1200 | () |
| 1201 – 1400 | () |
| Más de 1400 | () |

2. ¿Consume machica en su hogar?

- Sí ()
No ()

3. ¿Si su respuesta fue afirmativa, cuales son las razones por las que consume este producto?

- | | |
|-----------------|--------|
| Valor nutritivo | () |
| El sabor | () |
| Salud | () |
| Costumbre | () |

4. ¿Qué cantidad de máchica consume mensualmente?

- 500 gr. ()
 1 Kilogramo ()
 1,5 kilogramos ()
 2 kilogramos ()
 2.5 kilogramos ()

5. ¿Para comprar máchicas que lugares son de su preferencia?

- Bodegas ()
 Mercado ()
 Supermercado ()
 Tiendas ()

6. ¿Al adquirir el producto que considera respecto al precio?

- Costoso ()
 Económico ()
 Accesible ()

7. ¿Cómo considera la atención en el local en donde Usted adquiere el producto?

- Excelente ()
 Buena ()
 Regular ()
 Mala ()

8. ¿Ha consumido Usted máchica de soya?

- Sí ()
 No ()

9. ¿Si Usted ha consumido este producto; cuál es su opinión con respecto a su sabor?

- Exquisito ()
 Agradable ()
 Desagradable ()

10. En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción de machica de soya en la ciudad de Santa Rosa ¿Usted estaría dispuesto a consumir este producto?

Sí ()

No ()

11. ¿Qué medio publicitario Usted prefiere, para que se dé a conocer el producto de machica de soya?

Oro visión ()

OK tv ()

Radio Lluvia ()

Radio Elite ()

Radio Impacto ()

Diario El Nacional ()

Diario El Correo ()

12. ¿En qué horario usualmente tiene acceso a medios publicitarios?

Mañana ()

Tarde ()

Noche

Anexo 2



Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro interesada en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO”**, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. ¿En su negocio vende máchica? (Marque con una (X))

Sí ()

No ()

2. ¿Qué cantidad de máchica vende por mes?

1 - 5 paquetes ()

6 - 10 paquetes ()

11 - 15 paquetes ()

16 - 20 paquetes ()

3. ¿Cuál es el precio de venta al público de la machica?

1.50 - 2.00 dólares ()

2.01 - 2.50 dólares ()

4. ¿Cuál son las marcas que Usted vende en su establecimiento?

Rico Pinol ()

Camari ()

Machica La Pradera ()

5. ¿Con que frecuencia vende máchica?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN DEL CANTÓN SANTA ROSA

PARROQUIAS	POBLACION CENSO 2010	T.C %
SANTA ROSA	52863	1.49%
BELLAVISTA	2835	
JAMBELI	1718	
LA AVANZADA	2068	
SAN ANTONIO	2090	
TORATA	1953	
VICTORIA	3187	
BELLAMARIA	2322	
TOTAL	69036	

Fuente: INEC, censo poblacional y vivienda 2010

Elaboración: Ginger Correa

Anexo 3

FICHA RESUMEN

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MACHICA DE SOYA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE SANTA ROSA PROVINCIA DE EL ORO”

PROBLEMÁTICA

La grave crisis económica que vive el Ecuador en los actuales momentos ha hecho que las familias ecuatorianas no cuenten con los suficientes recursos necesarios para adquirir productos procesados altamente proteicos por su elevado costo, esto acompañado de una influencia globalizadora que pone a disposición en el mercado mundial productos dañinos para la salud ocasionando enfermedades como la diabetes, hipertensión, varices, problemas al corazón, cánceres al estómago, colon, entre otras. Hoy la llamada “comida rápida” ha suplementado a la comida hogareña que es la que ofrece todos los nutrientes y macronutrientes necesarios para mantener un buen estado de salud, en cambio la comida ligera es adquirida especialmente por personas que no tienen tiempo para cocer sus alimentos, sin darse cuenta que el remedio puede ser más grave que la enfermedad.

La bondad que ofrece la naturaleza al Ecuador es inmensa, las cuatro regiones - costa, sierra, oriente y región insular- producen productos altamente proteicos y que son accesibles para toda clase social, así tenemos: el fréjol, harina, maíz, papa, poroto, alverja, caña de azúcar, café, banano, legumbres, hortalizas, cacao, pescado, camarón, etc. Uno de los

productos que mayores ventajas alimenticias tiene para el ser humano es la soya que también es cultivada en el Ecuador, esta planta leguminosa, muy semejante a las habas verdes alberga el secreto de las bondades que es la proteína, por su calidad y cantidad, son una de las más recomendables, cada grano de soya está conformado por un 38% de proteína, 30% de carbohidratos, 18% de lípidos y un 14% de vitaminas y minerales. Según reportes científicos de la FDA (organismo norteamericano para el control de alimentos y medicamentos), el aporte proteico de la soya es superior al de muchas proteínas de origen vegetal. La soya es rica en grasas, destacando dos tipos: el linolénico, es decir, el Omega-3 y linoleico conocido como Omega-6, ambos son beneficiosos para la salud de los vasos sanguíneos y del corazón. Se presenta también una mayor cantidad de minerales y vitaminas que en muchas otras leguminosas y registra importantes niveles de calcio, hierro, magnesio, potasio, fósforo, vitaminas E y Complejo B.

A nivel mundial la versatilidad de la soya nos permite obtener diversos productos derivados entre los principales tenemos:

Miso	Tofu
Aceite de Soya	Leche de Soya
Harina de Soya	Tempeh
Queso de Soya	Soynuts (botanas)
Machica de Soya	Yogurt de Soya

Es por esto la importancia de ejecutar un proyecto destinado a aprovechar las bondades que ofrece la soya, y una forma de hacerlo es en machica que podrá ser consumida por todos los miembros de la familia sin ninguna contraindicación, disminuyendo el riesgo de contraer enfermedades cardiovasculares, síntomas de la menopausia, cáncer de colon, cáncer de mama por el bloqueo del estrógeno producido por las isoflavonas, cáncer de próstata en el hombre, reduce la pérdida de materia ósea en madres

lactantes y en gestación. El lugar más adecuado para ejecutar este proyecto es en la ciudad de Santa Rosa, provincia de El Oro debido a que se carece de este producto tan beneficioso para la salud.

La machica de soya es un producto natural con muchos beneficios para una óptima alimentación no sola para los niños y niñas y adolescentes sino para toda la familia siendo un producto de consumo familiar para la elaboración de bebidas más conocidas como coladas con un sabor agradable, además de esto las amas de casa pueden utilizar este producto de variadas formas en la preparación de los alimentos.

Además con la apertura de este proyecto no solo se beneficiará la salud de las personas sino que también mejorará la calidad vida de ciertas familias debido a la creación de fuentes de trabajo que son muy escasas en este sector por las inadecuadas políticas gubernamentales, altas tasas crediticias, falta de espíritu emprendedor, falta de capital circulante e incluso trámites que ha impedido afianzar y reforzar el aparato económico de la provincia de El Oro por la creación de empresas.

Ante tal situación se delimitó el siguiente problema: “La falta de una empresa dedicada a producir machica de soya provoca en los pobladores oreenses varias enfermedades y un bajo desarrollo económico industrial para el sector”.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Determinar la factibilidad del proyecto para la creación de una empresa productora de machica de soya y su comercialización en la ciudad de Santa Rosa, provincia de El Oro.

Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado para identificar la demanda insatisfecha, determinar la oferta y con qué porcentaje se pretende viabilizar el proyecto.
- Realizar el Estudio Técnico con el propósito de determinar el tamaño de la empresa, su capacidad instalada, la infraestructura, así como también la cantidad de personal que se necesitan.
- Realizar el Estudio Administrativo Organizacional para definir el tipo de empresa, su estructura y jerarquías, así como también el manual de funciones.
- Efectuar el estudio Económico con el propósito de conocer los ingresos que tendrá la Empresa, calcular el punto de equilibrio, y conocer la utilidad líquida que se podrá obtener.
- Realizar la Evaluación Financiera para con los datos anteriores realizaremos un estudio de caja proyectado para cinco años para con este criterio determinar el periodo de recuperación y la vida útil del proyecto para generar utilidad.

METODOLOGÍA

Métodos

El método Analítico-Sintético: Se lo utilizará para analizar y sintetizar la información teórica recopilada que servirá para el desarrollo de los estudios que tienen lugar en la presente investigación.

El método Inductivo: Se utilizará para procesar la información obtenida en las encuestas del estudio de mercado e interpretar de mejor manera la información recopilada.

Método deductivo: Se lo utilizará para realizar debidamente las interpretaciones de los resultados de la evaluación financiera, y para desarrollar las conclusiones, recomendaciones que tengan lugar en la presente investigación.

Técnicas

La Observación Directa: Que se aplicará en el estudio de mercado con el propósito de tener un acercamiento directo con las personas objeto de estudio de la presente investigación.

Encuesta: Será aplicada a los demandantes es decir los avicultores del Cantón Balsas para realizar el estudio de mercado y llegar a definiciones y representaciones cuantitativas de la opinión de los encuestados.

CRONOGRAMA DE TRABAJO

Tiempo / Actividades	MESES																																															
	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				MES 10				MES 11							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Determinación del tema de tesis			■	■																																												
Elaboración del Proyecto					■	■	■	■	■	■	■	■																																				
Presentación y aprobación del proyecto											■	■																																				
Diseño del instrumento de Investigación												■	■																																			
Aplicación del Instrumento de investigación												■	■	■																																		
Recopilación de la Información														■	■	■																																
Estudio de mercado																	■	■	■	■																												
Estudio técnico																					■	■	■	■																								
Estudio administrativo legal																									■	■	■	■																				
Estudio económico financiero																													■	■	■	■																
Redacción final del informe finan de tesis																																																
Presentación y sustentación de la tesis de grado																																													■	■	■	■

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS	44
f. RESULTADOS	50
g. DISCUSIÓN	68
h. CONCLUSIONES	166
i. RECOMENDACIONES	168
j. BIBLIOGRAFÍA	170
k. ANEXOS	171
INDICE	182