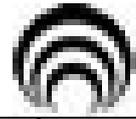




UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA



La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN PREVIA A
LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TEMA

**ÍPLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS DE SOYA EN LA
CIUDAD DE LOJA.**

AUTOR

CLÉVER OSWALDO JARAMILLO ARIAS

DIRECTORA

Econ. DIANA ESPINOZA

Loja Æ Ecuador

2008

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS

Econ. Diana Espinoza

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN DE LA UTPL

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de investigación, sobre el plan de negocios para la producción y comercialización de galletas de soya en la Ciudad de Loja durante el año 2007-2008, realizado por el estudiante Clever Oswaldo Jaramillo Arias, ha sido cuidadosamente revisado por la suscrita, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y de forma establecidos por la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación, publicación y defensa

Loja, mayo del 2008

Econ. Diana Espinoza

DIRECTORA

AUTORÍA

Yo, Clever Oswaldo Jaramillo Arias, declaro ser el autor del trabajo de tesis *Plan de negocios para la producción y comercialización de galletas de soya en la Ciudad de Loja* que ha sido realizado en su integridad y que no se ha publicado anteriormente.

CLEVER OSWALDO JARAMILLO ARIAS
AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS:

Yo, Clever Oswaldo Jaramillo Arias declaro conocer y aceptar la disposición del artículo 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: ~~Yo~~ Forman parte del Patrimonio de la Universidad la Propiedad intelectual de Investigaciones, Trabajos científicos o Técnicos y Tesis de Grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la universidad.

Clever Oswaldo Jaramillo Arias

AUTOR

AGRADECIMIENTO

Mis sinceros agradecimientos a la Universidad Técnica Particular de Loja, a la Escuela de Administración de Empresas en la persona de su Directora y a mis profesores.

Mi gratitud también a los comerciantes y consumidores de la ciudad de Loja por su predisposición al realizar este estudio.

De igual manera a mi hermana Dra. Teresa Vivanco Arias, a mis padres Juan María y Graciela que desde el cielo han velado por mí, a mis padres en la tierra Elvio y Carmen por su apoyo y comprensión. A mi madre política Carmelina por su cariño y consejos en todo tiempo.

A mi esposa, obra de Dios en mi vida, lo mejor que tengo por su amor, dedicación y apoyo constante.

Finalmente a mi Directora de tesis, Econ. Diana Espinoza, quien con sus consejos y recomendaciones fue parte fundamental para el éxito de este trabajo.

EL AUTOR

DEDICATORIA

Con profunda admiración e inmenso amor dedico esta investigación a Dios que es fuente de vida y a la Virgen María mi madre quienes han llevado mi vida y le han dado sentido permitiendo alcanzar esta meta. A mi amada esposa Augusta y a nuestros preciosos hijos, Andrea Gabriela, Felipe Andrés, Fabianna Sofía, Mariángel, pilares fundamentales y razón de ser de mi vida, quienes con su apoyo y comprensión han sido el impulso que me han animado a continuar.

CLEVER OSWALDO

RESUMEN EJECUTIVO

La llegada de la revolución industrial a mediados del siglo XVIII, ocasiona grandes transformaciones con el ingreso de la máquina al proceso productivo, especialmente en actividades como: hilados y tejidos, fundición y la industria naval, en una etapa de producción que hasta ese momento se la ejecutaba en forma eminentemente manual.

El Ecuador al igual que muchas jóvenes naciones recién independizadas no participa de esta nueva etapa de la humanidad, es solo a partir de 1950 que iniciamos la actividad industrial con las primeras organizaciones agroindustriales, y una limitada producción de artículos en serie, de ahí en adelante la crisis que vive la patria es el fiel reflejo de la falta de atención gubernamental especialmente el sector productivo, motor del desarrollo de toda sociedad, sin embargo los discursos, ofertas y engaños de los que son víctimas los ecuatorianos ha constituido el factor motivante para que se emprenda en una serie de acciones de supervivencia, entre ellas las de volver al agro por constituir el sector estratégico del futuro de la humanidad.

La mediana y pequeña industria de Loja, presenta una estructura frágil que no le permite desarrollarse en forma efectiva y consecuentemente no ingresar a un nivel nacional competitivo aunque es un hecho conocido la concentración en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca.

Todo proyecto de inversión que se ejecute en la Ciudad de Loja a más de generar desarrollo y ocupación a mano de obra directa e indirecta, es una inyección de confianza para que sus habitantes inviertan en su tierra, ya que es eminentemente agrícola.

En esta perspectiva, se propone primeramente elaborar un plan de negocios para la industrialización y comercialización de galletas de soya en la Ciudad de Loja, habiendo conocido que el sector comercial ha sufrido el deterioro constante

de su actividad debido a la competitividad. En estas circunstancias se diseña un plan de negocios acorde a las necesidades que presenta la población.

Una vez conocido que los objetivos de la investigación han sido cumplidos de manera exitosa, se permite puntualizar una visión general tanto del proceso como de los aspectos más sobresalientes encontrados en el desarrollo de la misma.

En primera instancia se ha tratado algunas generalidades respecto a los negocios a nivel macro y micro, destacando los sectores más importantes que han tenido éxito y que son el modelo a seguir en todo plan de negocios. Posteriormente se realizó un análisis global del plan de mercadeo, organización y administración del proyecto.

Pese a haber realizado el análisis indicado, como producto de las entrevistas realizadas a consumidores intermediarios y finales se conoció que el proyecto tiene la aceptación necesaria del público lojano.

Siendo el estudio de mercado uno de los pilares fundamentales en toda investigación de este nivel, se procedió a realizar el mismo con una muestra significativa de comerciantes la misma que nos permitió conocer las necesidades y preferencias del cliente con respecto al producto y a la vez reafirmar la fidelidad que tiene el mismo con la empresa en cuanto a los servicios y producto que le ofrecerá.

Se ha planificado realizar la producción de galletas de soya en variadas presentaciones, esto es desde 25 gramos hasta en fundón con 100 unidades, todo el proceso desde la selección de la materia prima hasta el empaçado sigue un riguroso proceso de cuidado, para lo cual se empleará un capital propio de 127,884.92 dólares los mismos que serán recuperados en el plazo de dos meses catorce días.

Para concluir con el trabajo investigativo podemos señalar que los indicadores financieros calculados son los siguientes $Van=\$530.938,08$, $Tir=90,32$, Tasa de



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ARTICULAR DE LOJA *La Universidad Católica de Loja*

Oportunidad del Capital 11,64%, Beneficio Costo=\$ 1,31, Recuperación del Capital= \$2,47 se recuperara el capital en dos meses y catorce días, Análisis de Sensibilidad disminuyendo los ingresos tenemos una Tir=88% y un Van=\$361.047,41, Análisis de Sensibilidad incrementando los costos tenemos una Tir=93% y un Van=413.768,58 y estos resultados se los observara en las paginas 90 al 102 y servirán para mejorar la marcha de la empresa y colaborar con la optimización de tiempo y riesgo tanto para los ejecutivos de la empresa como para el público en general.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACION	ii
AUDITORIA	iii
CESION DE DERECHOS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	x
ÍNDICE DE CUADROS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES	
1.1. Análisis del entorno económico y social de la Provincia de Loja	2
1.1.1. Análisis macro	2
1.1.1.1. Producción Agropecuaria en la Provincia de Loja	4
1.1.1.2. Producción de soya en el Ecuador	5
1.1.2. Análisis micro	7
CAPÍTULO II: PLAN DE MERCADO	
2.1. Estudio de Mercado	12
2.1.1. Identificación de la demanda	12
2.1.2. Muestra	13
2.1.2.1. Muestra consumidor final	13
2.1.2.2. Muestra consumidor intermediario	14
2.1.3. Recopilación de información	15
2.1.4. Resultados de las encuestas	15
2.1.5. Estudio de la demanda del producto en relación a la competencia	32
2.1.5.1. Proyección de la demanda directa	33
2.1.5.2. Proyección de la demanda indirecta	33
2.1.6. Demanda insatisfecha	33

2.1.7. Estudio de la oferta del producto en relación a la competencia	34
2.1.8. Análisis de restricción.	34
2.2. Marketing Mix	35
2.2.1. Producto	35
2.2.1.1. Especificación del producto	35
2.2.1.2. Descripción de la presentación del producto	36
2.2.1.2.1. Ciclo de ventas	37
2.2.1.2.2. Plan de ventas	37
2.2.1.2.3. Nombre de la empresa	38
2.2.1.2.4. Marca del producto	39
2.2.1.2.5. Logotipo del producto	39
2.2.2. Precio	39
2.2.3. Plaza	40
2.2.4. Promoción	40

CAPÍTULO III: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

3.1. Visión de la Empresa	43
3.2. Misión de la Empresa	43
3.3. Valores de la Empresa	43
3.4. Análisis FODA de la empresa	43
3.4.1. Fortalezas	44
3.4.2. Debilidades	44
3.4.3. Oportunidades	45
3.4.4. Amenazas	45
3.2. Aspectos legales	45
3.2.1. Constitución de la Empresa	46
3.3. Organigrama estructural	48
3.4. Manual de funciones	49
3.5. Organigrama funcional	53

CAPÍTULO IV: PLAN DE PRODUCCIÓN

4.1.	Localización	55
4.1.1.	Macrolocalización	55
4.1.2.	Microlocalización	55
4.2.	Tamaño	56
4.2.1.	Equipo e instalación	57
4.2.2.	Diagrama de flujo de procesos y ordenamiento	59
4.2.3.	Distribución de oficinas	60
4.2.4.	Recursos humanos requeridos	60
4.2.5.	Mano de obra	61
4.2.6.	Disponibilidad de materia prima	61
4.3.	Ingeniería del proyecto	62
4.4.	Impacto ambiental.	62

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

5.1.	Inversiones: Costos de operación e ingresos.	65
5.1.1.	Inversiones.	65
5.1.1.1.	Activos fijos	65
5.1.1.1.1.	Terrenos	65
5.1.1.1.2.	Maquinaria y equipo	66
5.1.1.1.3.	Vehículo	67
5.1.1.1.4.	Herramientas	67
5.1.1.1.5.	Muebles y enseres	68
5.1.1.1.6.	Equipo de oficina	68
5.1.1.1.7.	Imprevistos	69
5.1.1.2.	Activos diferidos	70
5.1.1.2.1.	Gastos de constitución	70
5.1.1.2.2.	Investigación y diseño	70
5.1.1.2.3.	Puesta en marcha	71
5.1.1.2.4.	Imprevistos	71
5.1.1.3.	Activos circulantes	72
5.1.1.3.1.	Inventarios	72

5.1.1.3.1.1. Materias primas	72
5.1.1.3.1.2. Materiales indirectos	72
5.1.1.3.1.3. Mano de obra directa	73
5.1.1.3.1.4. Carga fabril	73
5.1.1.3.1.5. Gastos de administración	74
5.1.1.3.1.6. Gastos en ventas	74
5.1.1.3.1.7. Encaje mínimo	75
5.1.1.3.1.8. Financiamiento	77
5.1.1.3.1.9. Capital Propio	77
5.1.1.3.1.10. Mano de Obra	78
5.1.1.3.1.11. Gasto de Fabricación	79
5.1.1.3.1.11.1 .Mat. Indirectos	79
5.1.1.3.1.11.2. Energía Electrica	79
5.1.1.3.1.11.3. Agua	80
5.1.1.3.1.11.4. Mantenimiento	80
5.1.1.3.1.11.5. Combust. Y Lubric.	81
5.1.1.3.1.11.6. Depreciaciones	81
5.1.1.3.12. Costos de Operación	81
5.1.1.3.12.1. Gastos Administrativos	81
5.1.1.3.12.2.. Sueldos	81
5.1.1.3.12.3. Guardianía	82
5.1.1.3.12.4. Útiles de Oficina	82
5.1.1.3.12.5. Útiles de Limpieza	82
5.1.1.3.12.6. Gastos Generales	82
5.1.1.3.12.7. Depreciaciones	83
5.1.1.3.12.8. Deprec. Area Administ.	83
5.1.1.3.12.9. Amortización de Activos	
Diferidos	83
5.1.1.3.12.10. Gastos en Ventas	84
5.1.1.3.12.11. Comisiones	84
5.1.1.3.12.12. Depreciac.de Vehiculo	84
5.1.1.3.12.13. Publicidad	85
5.1.1.3.13. Presupuesto de Ingresos	87
5.1.1.3.14. Precio	87

	5.1.1.3.15. Punto de Equilibrio	89
	5.1.1.3.16. Estado de Resultados	90
5.2.	Evaluación del proyecto	92
5.2.1.	Flujo de caja	92
5.2.2.	Indicadores financieros	93
5.2.2.1.	Flujo de caja.	93
5.2.2.2.	VAN.	93
5.2.2.3.	TIR.	95
5.2.2.4.	Relación beneficio costo	96
5.2.2.5.	Análisis de Sensibilidad con el incremento de costos Y la disminución de los ingresos.	98
5.2.2.6.	Período de recuperación de la inversión.	99
❖	Demostración de la hipótesis.	100
❖	Conclusiones.	102
❖	Recomendaciones.	103
❖	Bibliografía.	104
❖	Anexos.	105

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	TITULO	PAGINA
CUADRO N° 1	Consumo derivados de soya	15
CUADRO N° 2	Consumo de galletas	16
CUADRO N° 3	Cantidad de consumo	17
CUADRO N° 4	Preferencias	17
CUADRO N° 5	Precio de compra	18
CUADRO N° 6	Preferencia de marca	19
CUADRO N° 7	Lugar en el que compra	20
CUADRO N° 8	Razones de compra	21
CUADRO N° 9	Preferencias en la implementación	22
CUADRO N° 10	Adquisición en los productos de soya	23
CUADRO N° 11	Consumo de galletas	24
CUADRO N° 12	Cantidad ventas mensual	25
CUADRO N° 13	Preferencias público	26
CUADRO N° 14	Precio de compra	27
CUADRO N° 15	Preferencias consumidor	28
CUADRO N° 16	Ubicación	29
CUADRO N° 17	Razones de compra	31
CUADRO N° 18	Preferencias en la implementación	65
CUADRO N° 19	Terrenos	66
CUADRO N° 20	Construcciones	67
CUADRO N° 21	Descripción de maquinaria y equipo	67
CUADRO N° 22	Descripción de vehículo	67
CUADRO N° 23	Herramientas	68
CUADRO N° 24	Máquinas y enseres	69
CUADRO N° 25	Equipos de oficina	69
CUADRO N° 26	Resumen de activos fijos	69
CUADRO N° 27	Imprevistos	70
CUADRO N° 28	Gastos de constitución	70
CUADRO N° 29	Investigación y diseño	71
CUADRO N° 30	Puesta en marcha	71
CUADRO N° 31	Resumen de activos diferidos	71
CUADRO N° 32	Imprevistos	72
CUADRO N° 33	Materias primas	73
CUADRO N° 34	Materiales indirectos	73
CUADRO N° 35	Mano de obra directa	73
CUADRO N° 36	Descripción de mano fabril	74
CUADRO N° 37	Gastos de administración	74
CUADRO N° 38	Gastos de ventas	75
CUADRO N° 39	Encaje	75
CUADRO N° 40	Resumen del activo circular	76
CUADRO N° 41	Inversiones	76
CUADRO N° 42	Financiamiento	77
CUADRO N° 43	Presupuesto materias primas	77
CUADRO N° 44	Presupuesto de mano de obra directa	78
CUADRO N° 45	Presupuesto materiales indirectos	79
CUADRO N° 46	Presupuesto consumo de energía	80

CUADRO	Nº 47	Depreciación área productiva	81
CUADRO	Nº 48	Descripción del rol de pagos	82
CUADRO	Nº 49	Depreciación de activos	83
CUADRO	Nº 50	Descripción gastos organización	84
CUADRO	Nº 51	Gastos de publicidad	85
CUADRO	Nº 52	Costo primer año de vida útil	85
CUADRO	Nº 53	Ingresos anuales primer año	87
CUADRO	Nº 54	Ingresos años vida útil	88
CUADRO	Nº 55	Resumen de costos	88
CUADRO	Nº 56	Estado pérdidas y ganancia	91
CUADRO	Nº 57	Flujo de caja	92
CUADRO	Nº 58	Resumen flujo de caja	93
CUADRO	Nº 59	Valor actual neto	94
CUADRO	Nº 60	Tasa Interna de retorno	96
CUADRO	Nº 61	Cuadro beneficio costo	96
CUADRO	Nº 62	Análisis de Sensibilidad disminuyendo los ingresos	100
CUADRO	Nº 63	Análisis de Sensibilidad incrementando los costos	101
CUADRO	Nº 64	Capital en inversión	102
CUADRO	Nº 65	Consumo de detergentes en la Ciudad de Loja	120
CUADRO	Nº 66	Demanda potencial de galletas de Soya	121
CUADRO	Nº 67	Futura demanda de galletas de soya	121
CUADRO	Nº 68	Venta de galletas de soya a distribuidores	122
CUADRO	Nº 69	Oferta cuantitativa de galletas de soya	122
CUADRO	Nº 70	Oferta proyectada de galletas de soya	123
CUADRO	No 71	Balance entre demanda y oferta	124
CUADRO	No 72	Proyección de la demanda insatisfecha	124
CUADRO	No 73	Materias primas	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO	TITULO	PÁGINA
Gráfico N° 1	Consumo productos de soya	15
Gráfico N° 2	Consumo galletas	16
Gráfico N° 3	Cantidad que consume mensualmente	17
Gráfico N° 4	Preferencias	18
Gráfico N° 5	Precio que compra	19
Gráfico N° 6	Marca preferida	20
Gráfico N° 7	Donde compra habitualmente	21
Gráfico N° 8	Razones por que compra	22
Gráfico N° 9	Preferencia en la implementación	23
Gráfico N° 10	Adquirió productos de soya	24
Gráfico N° 11	Consume el publico galletas	25
Gráfico N° 12	Cantidad que vende mensualmente	26
Gráfico N° 13	Preferencias del público	27
Gráfico N° 14	Precio que compra	28
Gráfico N° 15	Preferencia del consumidor	29
Gráfico N° 16	Indicación del local	30
Gráfico N° 17	Motivos para que compren	31
Gráfico N° 18	Preferencia en la implementación	32
Gráfico N° 19	Organigrama estructural	48
Gráfico N° 20	Organigrama funcional	53
Gráfico N° 21	Diagrama de flujo de procesos	59

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	TEMA	PÁGINA
Anexo N° 1	Encuestas dirigidas al consumidor final	103
Anexo N° 2	Encuestas dirigidas al consumidor intermediario	105
Anexo N° 3	Distribución en planta	107
Anexo N° 4	Máquina de hacer masas	108
Anexo N° 5	Amasadora	109
Anexo N° 6	Hornos para la elaboración de galletas	110
Anexo N° 7	Micro localización de la empresa	111
Anexo N° 8	Proforma Radio Matovelle	118
Anexo No 9	Proforma Radio Ondas Esperanza	119
Anexo No 10	Proforma Radio Luz y Vida	120
Anexo No 11	Proforma de Graficas El Dorado	121
Anexo No 12	Modelo Hoja Volante	122
Anexo No 13	Análisis de la Demanda	123

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA PROVINCIA DE LOJA

1.1.1. ANÁLISIS MACRO

Los actuales indicadores del Ecuador no muestran que la economía nacional esté creciendo, la tendencia más bien es a la contracción y la recesión. Y esto se debe a que desde 1981 se han aplicado un total de 14 programas macroeconómicos y se han firmado 10 Cartas de intención con el Fondo Monetario Internacional (FMI), generando en el país atraso y dependencia, es por ello que Ecuador continúa ubicado dentro del último quintil en el ranking de los índices de competitividad según el reporte de Competitividad Global 2006 del Foro Económico Mundial (FEM). Este reporte posiciona al país en el puesto 103, entre 117 países, en el ranking del índice de competitividad en crecimiento en el 2006.

De hecho el reporte de competitividad 2006 cataloga a Ecuador como un país con *overperformance* (desempeño inflado) y advierte que este tipo de desempeño puede ser a menudo un signo de peligro (por ejemplo, si la prosperidad observada en el país se debe a elementos que no dependen necesariamente del buen manejo del país como puede ser el caso de los flujos de capital especulativos y el de la ayuda extranjera). En el caso de Ecuador están, por un lado, su riqueza petrolera y los precios altos del petróleo que representan factores externos positivos (hasta cierto punto). Pero por otro lado, está la inestabilidad política, la falta de confianza en el respeto a las leyes, la corrupción y el pobre desempeño en tecnología. Estos factores negativos tienen, para Ecuador, más peso que su aparente estabilidad macroeconómica.

En el índice de competitividad de negocios del 2007 Ecuador se ubica en el puesto 107 entre 117 países (este índice junto con el índice de competitividad en crecimiento son los dos índices principales publicados

por el FEM). Según este organismo, el desarrollo de las empresas en Ecuador se encuentra más avanzado que el ambiente de negocios en el cual estas tienen que operar. En estos casos el reporte del Foro Económico Mundial recomienda cambios significativos en políticas públicas para que el país pueda mejorar su productividad, de lo contrario advierte el reporte las empresas tenderán a salir del país o a realizar nuevas inversiones fuera del país.

De igual manera también se mencionan factores que son percibidos como problemáticos a la hora de realizar negocios en un país. En el caso de Ecuador, los cinco factores percibidos como más problemáticos son: la corrupción, la inestabilidad política, una burocracia gubernamental ineficiente, la inestabilidad de los gobiernos y la falta de acceso a financiamiento.

La provincia es muy frágil, desde el punto de vista socioeconómico. Gira en torno al funcionamiento del sector agropecuario, cuyas condiciones son demasiado vulnerables; el sector terciario (comercio y servicios en general) demuestra una gran dinamía, en tanto que el sector de la construcción y la minería muestra algunas tendencias hacia el crecimiento. A esta situación se suman los problemas ambientales como la erosión, deforestación, destrucción de flora y fauna y alteración de los ciclos hidrológicos, que contribuyen a complicar el escenario en el que viven los lojanos.

Los índices de pobreza e indigencia que registran la mayoría de los cantones de la provincia de Loja, son alarmantes, y aunque el cantón Loja presenta mejores condiciones de obras y servicios, sin embargo las limitaciones de trabajo y recursos económicos son evidentes, por lo que no se puede dejar de afirmar que los lojanos intervienen en espacios geosociales frágiles y vulnerables, por lo tanto, las condiciones que tiene que enfrentar, son adversas.

1.1.1.1. PRODUCCIÓN AGROPECUARIA EN LA PROVINCIA DE LOJA.

En 27 años de aplicación de la reforma agraria en Loja, se adjudicaron 184.047 ha a través de los programas de liquidación, parcelación de haciendas por iniciativa privada, liquidación de precarismo mediante actas transaccionales y adjudicaciones en las haciendas del Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización-IERAC, beneficiando a 13.244 familias, lo cual equivale a un promedio de 13,9 ha por familia.

Desde el punto de vista técnico-organizativo, en la Provincia de Loja se detectan dos grandes sistemas de producción agropecuarios. El denominado de **temporal o de secado** y el sistema **bajo riego**. Este último tiene un alcance limitado pero, a medida de que incremente sus inversiones para ampliar la infraestructura de riego en el marco del denominado FONDO DE RIEGO PARA LOJA, se avizora una mejor cobertura de las áreas irrigadas. Bajo una óptica socioeconómica los sistemas de producción son dos, el empresarial y el sistema campesino, dentro de los cuales se diferencia a los pequeños medianos y grandes productores según su capacidad económica y productiva. En verdad, ambos criterios clasificatorios son complementarios para tener una mejor visión de los correspondientes sistemas productivos.

A pesar de que el tamaño promedio de las familias campesinas lojanas es aparentemente elevado (7,7 personas), la disponibilidad de fuerza de trabajo se reduce substancialmente por la incidencia de los fenómenos migratorios. Tal como se analizó en páginas anteriores, por efectos de la emigración temporal y permanente, prácticamente se desarraigan de la vida familiar 2,75 personas quedando un promedio por familia de 5 personas, que viven permanentemente en la finca-hogar. Si a esta cifra le reducimos cerca de dos niños menores a 8 años que tiene cada una de ellas, nos queda una fuerza de trabajo potencial (o población económicamente activa según la terminología demográfica) de 3 personas. A este número se suma la persona que emigra temporalmente y que por lo general se integra a inicios del año agrícola.

1.1.1.2. PRODUCCION DE SOYA EN EL ECUADOR

Los consumidores lo saben: La soya es un ingrediente beneficioso para la salud. Las investigaciones del consumidor demuestran una búsqueda por alimentos más saludables. Los últimos relevamientos indican que una vasta mayoría de compradores contemplan hoy las cuestiones relacionadas con la salud a la hora de elegir sus alimentos. Esta tendencia se ve reflejada en un significativo crecimiento del mercado de alimentos de soya en todo el mundo.

Los consumidores son cada vez más conscientes del papel que juega la proteína de soya en:

- Salud del corazón (reducción del colesterol)
- Salud ósea (mayor densidad mineral ósea)
- Alivio de la sintomatología de la menopausia
- Prevención del cáncer (de mama, próstata, tiroides)
- Nutrición basada en el rendimiento (recuperación muscular más rápida)
- Control y manejo del peso (saciedad del hambre)

Sustentabilidad ambiental = valor. Los consumidores están asimilando los datos: la proteína de soya es equivalente en calidad a la carne, la leche y los huevos, y su producción requiere sustancialmente una menor cantidad de recursos naturales. Al usar ingredientes a base de soya, usted se suma a los esfuerzos por crear alternativas sustentables para la creciente población mundial.

La producción de soya en el Ecuador, no tiene como objetivo principal la elaboración de determinado producto, ni sus volúmenes logran satisfacer los requerimientos industriales, es por esta razón que la soya en algunas ocasiones hasta se ha importado como es el caso del año 2005 cuando se importó 84.067,40 Tm., procedentes en su totalidad de Argentina.

Las perspectivas de la producción de soya en Ecuador se las puede analizar desde dos posibles escenarios:

ESCENARIO ACTUAL: Con altas tasas de interés, mercado interno monopólico, precios domésticos muy por debajo de los costos de importación, fuerte competencia con las importaciones en especial Bolivia, presencia de la franja de precios, bajos rendimientos y altos costos unitarios, problemas fitosanitarios como mosca blanca, etc.

Bajo estas condiciones, sólo hacen presencia en el mercado los agricultores más eficientes, de mayor capacidad económica y con vínculos con las industrias, o integrados verticalmente a la producción avícola. La superficie de soya oscila entre 10.000 a 20.000 hectáreas y la producción no sobrepasa las 38.000 TM de grano en el mejor de los casos.

ESCENARIO OPTIMISTA: Con tasas de interés acordes a la inflación, acuerdos de comercialización internos para regular importaciones, precios domésticos acordes a los costos de importación reales, fuerte competencia con Bolivia, presencia de la franja de precios, incrementos en al menos un 10% en rendimientos y disminución de costos.

En este escenario optimista en que a la condición macro de tener unas tasas de interés más razonable se le agrega un acuerdo de competitividad entre productores e industriales, que empiece por acuerdos en cuanto a la comercialización y precios, sin llegar a los denominados cupos y precios oficiales.

En el primer escenario sería poco útil realizar desarrollos investigativos en soya, porque el cultivo tendería a desaparecer; en el segundo escenario se abrirían incluso nuevos ámbitos de investigación, porque además de la parte agronómica se podría

investigar en los usos alimenticios de la soya, como leche, harina, carne, con lo cual se diversificaría e incrementaría la demanda interna.

La alternativa al parecer es avanzar hacia un Acuerdo de Competitividad entre productores e industriales, que contenga un convenio de absorción de cosechas a precios acordes a los costos de importación, con el apoyo estatal y privado en investigación y transferencia de tecnología, que al mediano y largo plazo es una protección más efectiva y eficiente que los mismos aranceles o la franja de precios.

1.1.2. ANÁLISIS MICRO.

El cantón Loja aparece en la Ley del 25 de junio de 1824 "Sobre División Territorial de la República", formando parte de la provincia de Loja. Limita con Saraguro, la Provincia de Zamora Chinchipe y de El Oro y los cantones Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

El cantón Loja cubre una superficie de 1.869 Km² y políticamente está constituido por las parroquias urbanas de: El Sagrario, San Sebastián, Sucre y El Valle y las parroquias rurales de: Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualiel, Jimbilla, Malacatos, San Lucas, Santiago, Taquil, Vilcabamba, Yangana y San Pedro de Vilcabamba.

El estado de enclave de la provincia y del cantón Loja se remonta a la época de la colonia, esta situación de marginalidad básicamente es producto de las condiciones físicas y económicas, a lo cual se debe sumar el mercado centralismo, cuya compleja estructura ni tan siquiera los procesos de descentralización del estado iniciados en años anteriores, han provocado un cambio importante de esta realidad.

La población del cantón Loja es de 214.000 habitantes, distribuida un 68% en el área urbana, 13% en la periferia y el 19% en las parroquias rurales. El cantón Loja presenta un crecimiento poblacional importante, sin embargo al relacionar estos datos con la tasa de crecimiento nacional

resulta sustancialmente inferior, condición atribuida al proceso migratorio que ha sufrido Loja, causada por las pocas oportunidades de trabajo y la limitación en cuanto a dotación de infraestructura y servicios básicos.

En Loja, los índices de pobreza rural se encuentran entre el 75% al 95% y en el área urbana entre el 30% al 60%¹, estas cifras permiten inferir que los problemas del sector urbano y rural tienen sus particularidades.

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

El grado de competitividad de Loja está dado por la capacidad de respuesta de sus empresas locales a los cambios del entorno, la misma que es afectada positiva o negativamente por la situación económica, política, cultural y social del país en la actualidad.

Los indicadores de competitividad son determinados en base a información secundaria recogida de fuentes estadísticas e información primaria recabada aplicando encuestas a líderes de opinión y empresarios de diversas áreas, en el Cantón no es la excepción ya que la mayor parte del informe aunque es muy subjetiva y depende de las expectativas de la muestra escogida, frente a la incidencia de factores externos y en algunos casos circunstanciales. En Loja, la competitividad actualmente enfrenta una de las peores crisis financieras y económicas, por lo que es de esperarse que la apreciación sobre diversos índices, en especial los relacionados con la parte financiera, haya sido marcadamente negativa.

¹ INEC, Censo 2006

Adicionalmente, la información inherente al bienestar de los trabajadores tales como salarios y la relación con la productividad, podría estar sesgada, principalmente en aquellas empresas cuyos directivos se caracterizan por su poca preocupación por el bienestar de su Recurso Humano.

La actividad agrícola se caracteriza por su limitada productividad, la cual está concentrada en un grupo de personas con ingresos bajos y prácticamente solo con agricultura de subsistencia, característica de los hogares del sector rural del cantón. En cambio, en el sector urbano la actividad comercial ha logrado generar recursos para quienes están dedicados al comercio, pero no ha provocado una importante generación de trabajo, ni permitido acumular sino que favorece otras economías.

De lo anterior se concluye que Loja no ha constituido una economía atractiva para el Estado, ni como mercado de inversión financiera, ni tampoco como mercado de producción y consumo. La debilidad económica junto con el centralismo han ocasionado que la capital lojana continúe actuando como un poder polarizante, que no posee fuerza suficiente para enlazar y organizar todo su territorio provincial en una región.

Es por ello que se debe emprender en nuevos campos que permitan elevar el índice de productividad en la provincia a tal punto que pueda entrar en un nivel competitivo, para ello lógicamente que requerimos del esfuerzo tanto intelectual como económico de cada uno de quienes hacemos este jirón de la patria, es por ello que la intencionalidad de la presente investigación constituye no solamente el cumplimiento de un requisito de graduación sino sobre todo brindar el impulso necesario para emprender en una microempresa cuyo procesamiento es innovador en nuestro medio al igual que las estrategias que se implementarán para dicho fin.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

CAPITULO II

PLAN DE MERCADO

2. PLAN DE MERCADO

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite determinar cierta información y su comportamiento en una población determinada hacia la aceptación y su potencial económico para las galletas de soya a lanzarse en el mercado, en el presente estudio será la aceptación del cliente a la galleta de soya,

esto permitirá obtener elementos de juicio que ayuden a tomar decisiones de distinta índole, la obtención de información y el comportamiento del cliente se consigue a través de diferentes mecanismos y tipos de herramientas que sirvan para hacer la investigación y determinar su implementación.

Lo primero, que se ha planteado para conocer el mercado de usuarios de galletas de soya ha sido definir cuales son los objetivos de éste estudio, es decir, qué se quiere averiguar; segundo, que población o aspectos relevantes es lo que se tiene que estudiar; tercero, cuál es la muestra representativa, para determinar lo que ésta opina, para obtener el comportamiento de la población o causas que posee y poseerá el mercado demandante; y cuarto, cuál es la mecánica que se va a utilizar.

2.1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Las galletas de soya, como todo tipo de galleta, constituyen un artículo de masivo consumo en la población; en algunos hogares de la ciudad por costumbre elaboran este producto con materias primas tradicionales y conocimientos transmitidos de generación en generación.

La demanda de galletas de soya en los dos últimos años ha tenido un preocupante descenso, producto de la inestabilidad económica y la pérdida del poder adquisitivo de nuestra moneda, según los informes de la Cámara de Comercio de Loja en su informativo del año 2006. Sin embargo para el presente año viene registrando un ligero incremento en la producción y ventas, ocasionado por la estabilidad de precios de las materias primas requeridas para su elaboración, lo cual repercute en la estabilidad de costo y precio de ventas al consumidor final.

POBLACIÓN EN ESTUDIO

El estudio de mercado se encuentra dirigido a todas las personas sin límite de edad, por ser consideradas como las demandantes de galletas de soya.

2.1.2. MUESTRA

El proceso de selección de la muestra se lo realizó a través del método del muestreo aleatorio estratificado, este método da a todos los individuos de una población las mismas posibilidades de ser elegidos para contestar el cuestionario, este hecho, disminuye sustancialmente la posibilidad de cometer sesgos, ya que la muestra se estructura como un segmento muy representativo de la población.

Para determinar el tamaño de la muestra, en el presente proyecto se ha tomado en consideración a la población urbana de la Ciudad de Loja ya que estos serán los posibles consumidores, para lo cual hemos asignado un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 0,05%.

Según datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), de 2001 (proyectada para el 2008), tenemos que el Cantón Loja cuenta con una población urbana de 214.000 habitantes.

Con estos datos se procede a calcular la muestra para proceder a la investigación de campo, aplicando las siguientes formulas:

2.1.2.1. MUESTRA PARA CONSUMIDORES FINALES

$$m = \frac{Z^2 (P \times Q)}{e^2} =$$

$e = 5\% \longrightarrow 0.05$

$Z = 1.96 \longrightarrow 95\%$

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$$m = \frac{1.96^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$m = \frac{3.8416 (0.25)}{0.0025}$$

$$m = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$m = 384.16$$

2.1.2.2. MUESTRA PARA CONSUMIDORES INTERMEDIARIOS

Los intermediarios corresponden a la población de distribuidores de galletas en la Ciudad de Loja, por lo que se acudió a la base de datos de la Cámara de Comercio de Loja y se obtuvo el número de distribuidores (752) del producto en estudio que están registrados en este organismo.

$$m = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N \cdot 1)e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$e = 5\% \longrightarrow 0.05$$

$$Z = 1.96 \longrightarrow 95\%$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$m = \frac{752 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(752 \cdot 1) 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$m = \frac{752 \times 0.9604}{1.88 + 0.96}$$

$$m = \frac{722.2}{2.84}$$

$$m = 254.30$$

2.1.3. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Luego de conocer que el tamaño de las muestras el presente estudio es de 384 consumidores finales y 254 intermediarios y decidir que la investigación se realizará mediante la aplicación de encuestas, se estableció el plan de aplicación de las mismas.

2.1.3. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS.

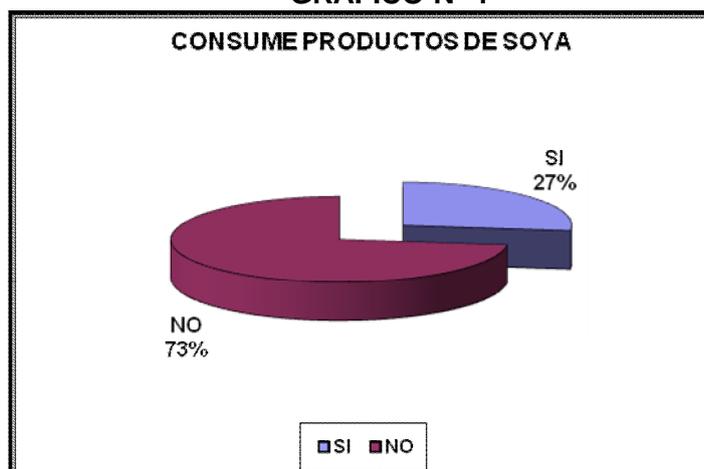
INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES FINALES

CUADRO N° 1
CONSUMO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE SOYA

HA CONSUMIDO PRODUCTOS DE SOYA	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Si	105	27
B. No	279	73
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

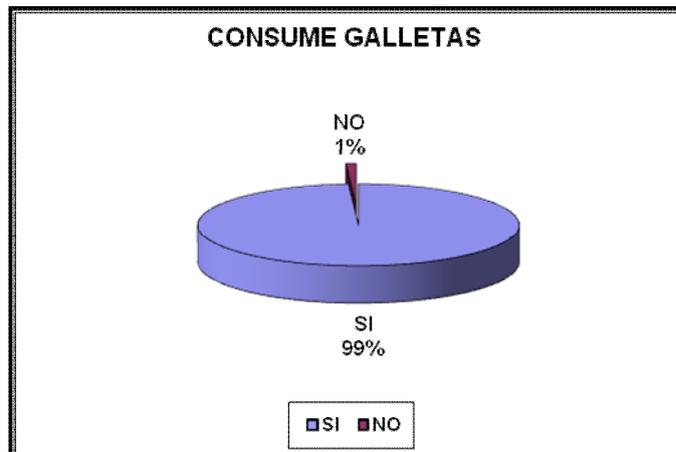
En relación a la información que ofrecen los consumidores finales, se conoció que el 73% de investigados no ha consumido productos derivados de la soya, en tanto que un 27% si lo ha hecho. Este referente permite conocer que los consumidores no tiene conocimiento de lo que son los productos de soya.

CUADRO Nº 2
CONSUME GALLETAS

CONSUME GALLETAS	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Si	382	99
B. No	2	1
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 2



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

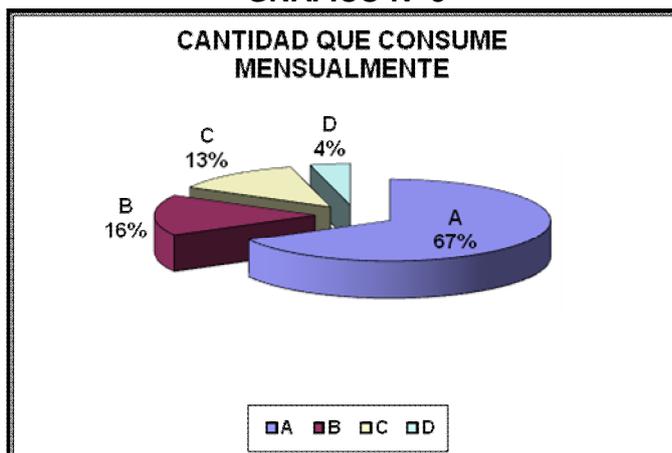
Con relación al consumo de galletas, se pudo conocer que el 99% de los consumidores finales sí consumen el producto, mientras que un escaso 1% no lo hacen; este referente permite aseverar que existe demanda de consumo en el público lo cual refuerza la intencionalidad de la presente investigación.

**CUADRO Nº 3
CANTIDAD DE CONSUMO**

CANTIDAD QUE CONSUME MENSUALMENTE	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. 1 a 5 fundas	258	67
B. 6 a 10 fundas	62	16
C. 11 a 15 fundas	49	13
D. 16 a 20 fundas	15	4
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 3



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

En relación a la cantidad que consumen mensualmente, se conoció que el 67% lo hacen de 1 a 5 fundas mensuales, en tanto que el 16% de 6 a 10 fundas, así también el 13% consumen de 11 a 15 fundas mensuales y de 16 a 20 fundas el 4%. Estos resultados muestran que existe consumo aunque no muy amplio pero constante mensualmente lo que es beneficioso para la implementación de dicho producto.

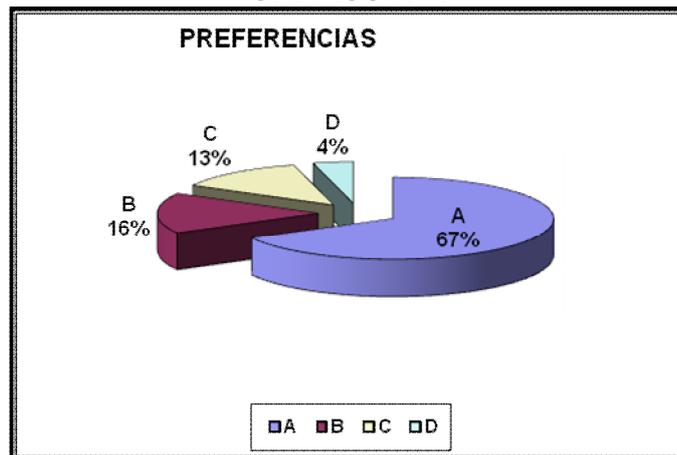
**CUADRO Nº 4
PREFERENCIAS**

PREFERENCIA PARA DEGUSTAR	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
---------------------------	----------------	----------------

A. Al natural	65	17
B. Chocolatadas	268	70
C. De sal	39	10
D. Otras	12	3
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 4



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

De acuerdo al criterio de los consumidores finales, al conocer su preferencia para degustar el producto, el 70% se inclinan por las galletas chocolatadas, mientras que el 17% prefieren al natural y un 10% sostienen que les gustan las de sal. Estos datos obtenidos brindan información necesaria para poder inclinarse por la mayor preferencia del público en relación al consumo de galletas.

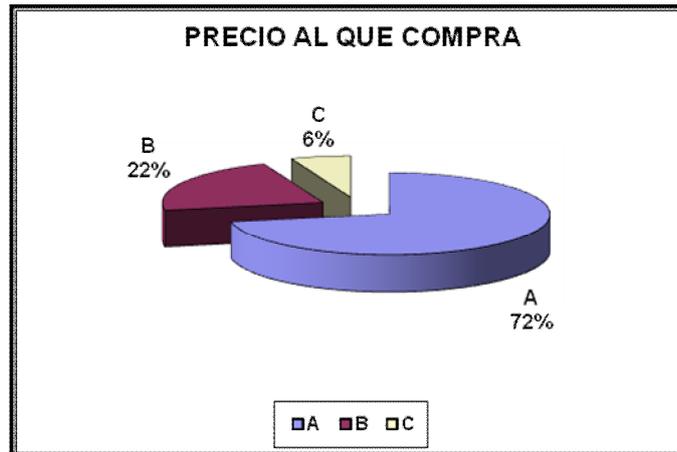
CUADRO Nº 5

PRECIO DE COMPRA

PRECIO AL QUE COMPRA	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. 1 a 3 dólares	275	72
B. 4 a 8 dólares	85	22
C. 9 a 12 dólares	24	6
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 5



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

Otro aspecto importante que permite fundamentar el éxito de la implementación del proyecto es el precio al que el consumidor final lo compra, es así que el 72% lo hacen de 1 a 3 dólares, en tanto que el 22% lo hacen de 4 a 8 dólares y finalmente un 6% adquieren el producto de 9 a 12 dólares. De lo expuesto se establece que la mayor parte de encuestados compran el producto de 1 a 3 dólares, valor prudente en relación al alto costo de la materia prima con la que se elabora.

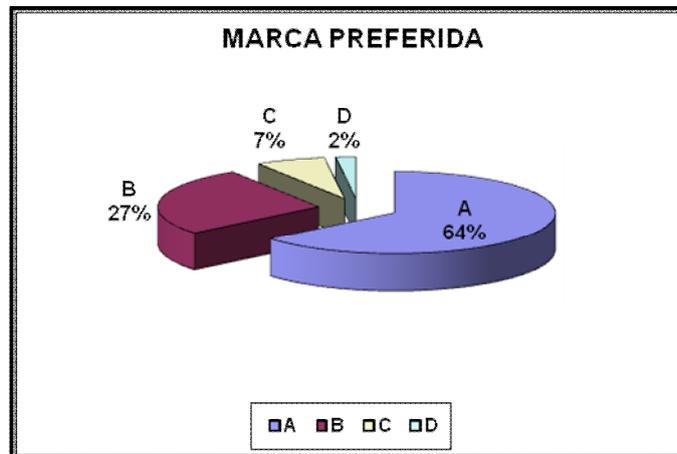
CUADRO Nº 6

PREFERENCIA DE MARCA

MARCA PREFERIDA	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Universal	163	64
B. Nestle	68	27
C. Noggy	17	7
D. Otras	6	2
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

El público consumidor difiere en su decisión al momento de adquirir el producto, esto lo hace por su marca, para ello al interrogar este aspecto se establece que el 64% prefieren de la marca La Universal, mientras que el 27% optan por la Nestle y el 7% por la marca Noggy; sin embargo un 2% sostienen que prefieren otras marcas. Referente que orienta la adopción de una marca que permita tener impacto en la población consumidora.

CUADRO N° 7

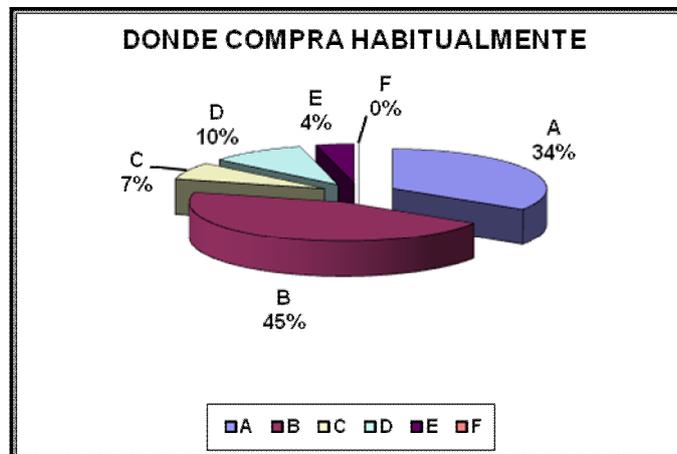
LUGAR EN EL QUE COMPRA

DÓNDE COMPRA HABITUALMENTE	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Centro comercial	132	34
B. Tiendas	174	45
C. Bodegas	25	7
D. Supermercados	38	10
E. Despensas	15	4
F. Otras	0	0

TOTAL	384	100
--------------	-----	-----

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 7



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

La ubicación de un negocio constituye un factor vital para su éxito, es por ello que al consultar sobre este aspecto el 45% compra habitualmente el producto en tiendas, mientras que el 34% lo hace en el centro comercial, en tanto que el 10% adquiere en supermercados y un 7% en bodegas, y por último el 4% en despensas.

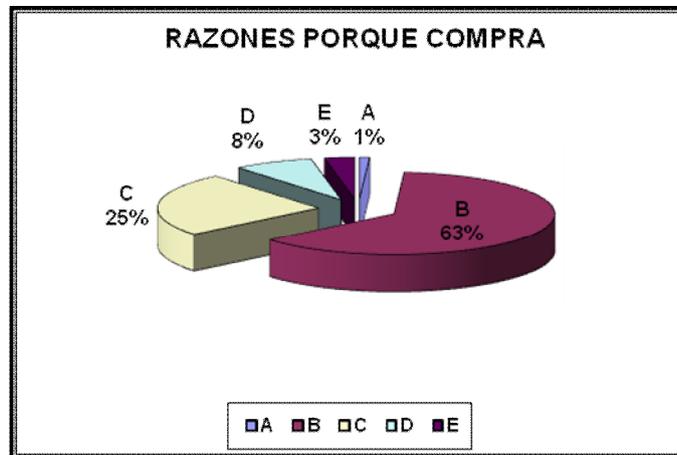
CUADRO Nº 8

RAZONES DE COMPRA

RAZONES POR QUE COMPRA	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Motivos emocionales	5	1
B. Económicos	239	63
C. Lugar cercano	97	25
D. Familiares	31	8
E. Otros motivo	12	3
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

Entre los motivos por los que compra en los locales anteriormente descritos, en un 63% lo hacen por razones económicas, mientras que el 25% por ser un lugar cercano y tan solo el 8% por motivos familiares, sin embargo existe un 3% que sostiene que son otros motivos los que les impulsan a comprar en estos lugares. Sin embargo los motivos económicos son los más puntualizados entre los investigados por lo que hay que tomar en cuenta este factor para establecer los costos del producto a ofrecer.

CUADRO N° 9

PREFERENCIAS EN LA IMPLEMENTACIÓN

PREFERENCIA EN LA IMPLEMENTACIÓN	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Si	382	99

B. No	2	1
TOTAL	384	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

Es necesario conocer el criterio de preferencia del consumidor final respecto a la implementación de una planta industrializadora de galletas de soya con precios bajos y óptima calidad, por lo que el 99% indican que sí nos preferirían, aspecto que brinda la receptividad de lo que se pretende hacer, así como también permite establecer, a más del nivel de aceptación, un margen de innovación en lo que a galletas de soya se refiere.

INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES INTERMEDIARIOS

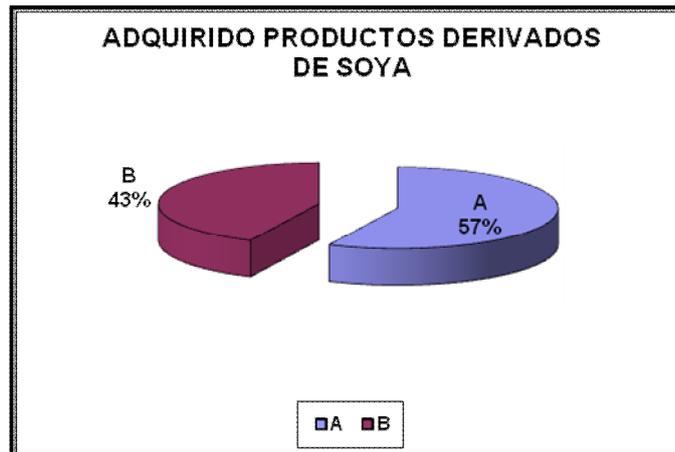
CUADRO Nº 10

ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE SOYA

ADQUIRIDO PRODUCTOS DERIVADOS DE SOYA	FRECUENCIA (%)	PORCENTAJE (%)
A. Si	146	57
B. No	108	43
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 10



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

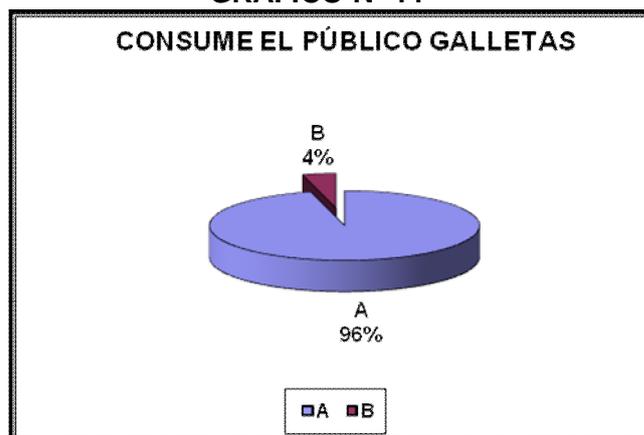
De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente pregunta, se llegó a conocer que el 57% de personas encuestadas si han adquirido alguna vez productos derivados de soya tales como harina y aceite, aunque el porcentaje no es significativo se puede deducir que si existe aceptación de esta gramínea en los productos indicados, debido en algunos casos al desconocimiento de su alto poder nutritivo, por lo que se considera que el producto que se ofrece es totalmente nuevo con su consecuente aceptación no solamente por la innovación sino también por estar constituido de materia prima dietética.

CUADRO Nº 11
CONSUMO DE GALLETAS

CONSUME EL PÚBLICO GALLETAS	FRECUENCIA (%)	PORCENTAJE (%)
A. Si	245	96
B. No	9	4
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 11



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

Los consumidores intermediarios opinan según su actividad diaria que el 96% del público si consume galletas, factor positivo ya que permitirá introducir nuestro producto fácilmente en el mercado, ya que solamente un escaso 4% indican lo contrario.

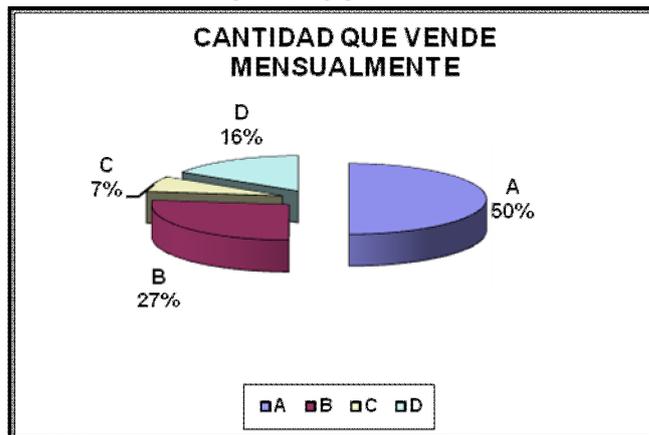
CUADRO Nº 12
CANTIDAD VENTAS MENSUAL

CANTIDAD QUE VENDE MENSUALMENTE	FRECUENCIA (%)	PORCENTAJE (%)
A. 5 a 10 cajas	127	50
B. 11 a 15 cajas	69	27

C. 16 a 20 cajas	18	7
D. 21 a 25 cajas	40	16
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 12



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

Para conocer la cantidad de expendio de los consumidores intermediarios en lo que a galletas se refiere se ha planteado la interrogante, la misma que nos señala que el 50% vende de 5 a 10 cajas mensuales, mientras que el 27% lo hace de 11 a 15 cajas; de igual manera un 16% expende de 21 a 25 cajas y finalmente el 7% lo hace de 16 a 20 cajas. En todo caso la cantidad de ventas mensuales es significativa ya que cada caja contiene 24 paquetes de galletas, parámetro que permite tener una clara visión del flujo comercial del producto.

CUADRO Nº 13
PREFERENCIAS PÚBLICO

PREFERENCIA DEL PÚBLICO INDICADORES	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Al natural	29	12
B. Chocolatadas	198	78
C. De sal	19	7
D. Otras	8	3
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 13



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

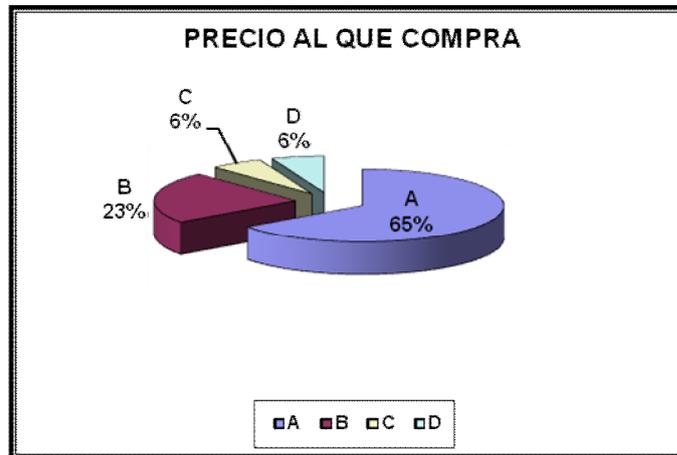
Con relación a la preferencia del público respecto a este producto, se puede manifestar que al 78% les gusta las galletas chocolatadas, mientras que al 12% al natural, sin embargo un 7% se inclinan por las galletas de sal y únicamente el 3% en otras presentaciones. Este referente sirve para poder conocer la factibilidad de el producto al momento de su elaboración, por lo que se tendrá que tomar en cuenta que las galletas de soya se deberían presentar con el sabor chocolatado.

CUADRO Nº 14
PRECIO DE COMPRA

PRECIO AL QUE COMPRA	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. 1 . 3 dólares	165	65
B. 4 . 6 dólares	59	23
C. 7 . 9 dólares	16	6
D. 10 . 12 dólares	14	6
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 14



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

El conocimiento del precio del producto es muy importante, por ello al investigar este particular se puede aseverar que el 65% compran en una escala de 1 a 3 dólares, el 23% lo hacen de 4 a 6 dólares y el 6% tanto de 7 a 9 dólares como de 10 a 12 dólares. Por lo tanto el precio estándar para la comercialización de las galletas debe establecerse entre 1 a 3 dólares, factor que es importante para poder impulsar el proyecto.

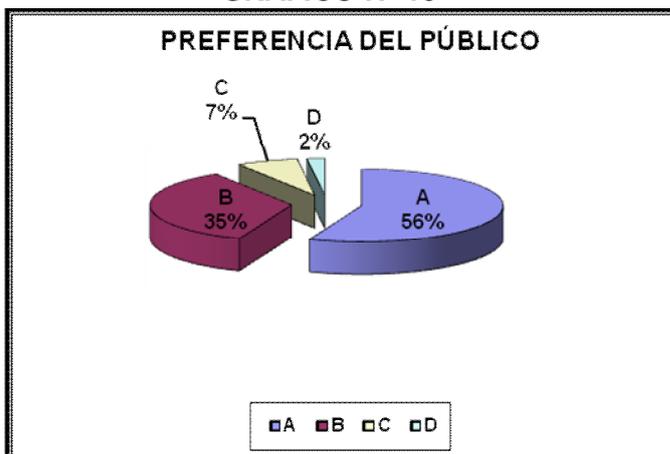
CUADRO Nº 15

PREFERENCIAS CONSUMIDOR

PREFERENCIA DEL PÚBLICO	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. La Universal	143	56
B. Nestle	88	35
C. Noggy	17	7
D. Otras	6	2
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 15



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

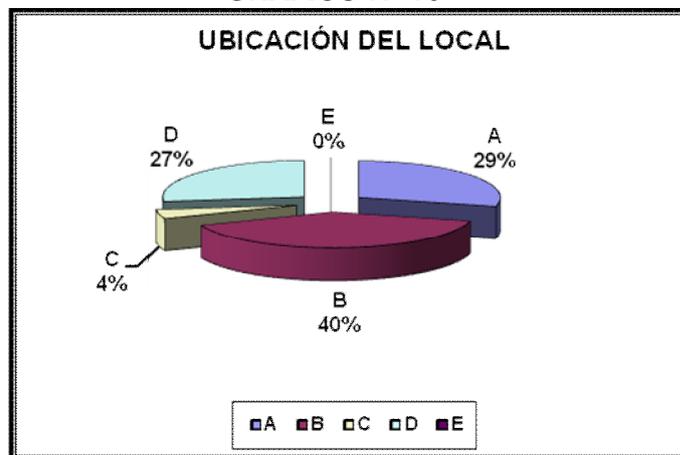
Otro aspecto importante es el relacionado a la preferencia del público en relación a la marca del producto, el mismo que en un 54% se inclinan por la marca Universal por ser de mayor tradición, el 35% prefieren Nestle y un 7% Noggy, no se debe descuidar que el 2% señalan otras marcas. Este referente nos sirve para poder conocer la inclinación del público de acuerdo a la marca de galleta y de esta manera proyectar una nominación motivadora que permite ubicarse en dicha preferencia.

CUADRO Nº 16
UBICACIÓN

UBICACIÓN DEL LOCAL	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Centro comercial	73	29
B. Sector comercial	102	40
C. En el mercado	10	4
D. Fuera de la ciudad	69	27
E. Otros	0	0
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 16



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

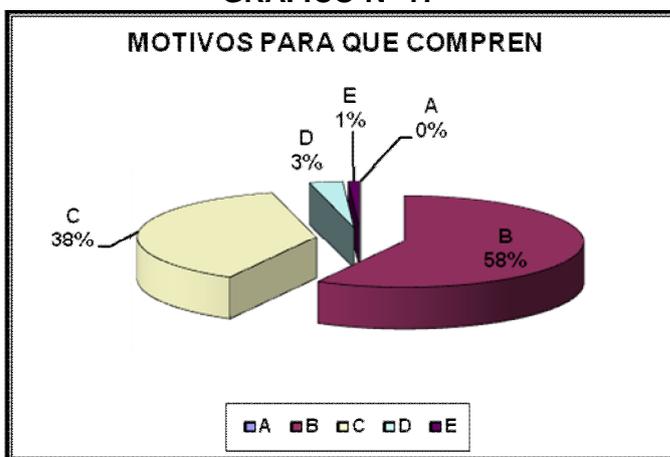
La presente pregunta permite conocer la ubicación del local comercial del investigado, el mismo que en un 40% se encuentra un sector comercial, el 29% lo tienen en un centro comercial, así como el 27% fuera de la ciudad; sin embargo el 4% lo han ubicado en el mercado. Referentes válidos para orientar la ubicación de la empresa.

CUADRO Nº 17
RAZONES DE COMPRA

MOTIVOS PARA QUE COMPREN	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Motivos emocionales	0	0
B. Económicos	147	58
C. Lugar céntrico	97	38
D. Familiares	7	3
E. Otros motivos	3	1
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 17



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

Para conocer los motivos para que el público compre en los locales comerciales de los encuestados se aplica la presente interrogante, en la que el 58% consideran que es por motivos económicos ya que los precios son cómodos, el 38% estiman que es porque el local se encuentra en un lugar céntrico, mientras que el 3% estiman que es por motivos familiares ya que el negocio es tradicional y por último un 1%

consideran que se debe otros motivos como la calidad de lo que venden, la amable atención, etc.

CUADRO Nº 18
PREFERENCIAS PARA IMPLEMENTACIÓN

PREFERENCIA EN LA IMPLEMENTACIÓN	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. Si	241	95
B. No	13	5
TOTAL	254	100

FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

GRÁFICO Nº 18



FUENTE: Encuestas aplicadas
RESPONSABLE: El Autor

La interrogante fundamental en el presente proceso la constituye la preferencia que tendría el público en cuanto a la implementación de una planta industrializadora de galletas de soya, la misma que en un 95% tiene la aceptación respectiva.

2.1.5. ESTUDIO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO EN RELACIÓN A LA COMPETENCIA.

El estudio fue realizado considerando la población de consumidores finales y al resto de los consumidores intermedios de la Ciudad de Loja que se convierten en clientes indirectos potenciales.

El cuestionario de preguntas orientado a este segmento de usuarios, tiene entre otros objetivos, el de medir parámetros relacionados con:

- ✓ La necesidad e interés del servicio
- ✓ La disponibilidad para contratarlo.

El muestreo fue al azar y se realizaron alrededor de 384 encuestas para consumidores finales y 254 para intermedios.

2.1.5.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DIRECTA

Para la proyección de la demanda directa se basó en el criterio de que todos los consumidores finales (214.000) según el último censo de población, utilizarán el servicio de la empresa debido a la innovación del producto así como a su preferencia.

2.1.5.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INDIRECTA.

En cuanto a los usuarios indirectos su participación será gradual y de acuerdo al costo real. Solo se venderá a los consumidores finales (384) ya que es el destino final del consumo. De acuerdo con la encuesta realizada el 99% (382) proyecta consumir este producto.

Por lo tanto la demanda total el primer año será:

DEMANDA DIRECTA + DEMANDA INDIRECTA = DEMANDA TOTAL

$$(214.000) + (382) = 214.382 \text{ consumidores}$$

2.1.6. DEMANDA INSATISFECHA

La demanda potencial insatisfecha constituye la diferencia entre la demanda existente y la oferta de este tipo de producto en el mercado.

- ✓ La demanda de este producto tiene su base el número de consumidores finales y ciudadanía en general que según el censo del 2006 es de 214.000 habitantes.
- ✓ En esta área de producción no hay competidores directos. Debido a que no existe un producto similar todavía implementado.

Por lo tanto, la oferta directa en esta línea de producto es cero. (O)

Demanda Total insatisfecha: demanda (214.382 consumidores / año) - oferta (O) = 214.382 consumidores.

Es decir que a la fecha no existe oferta que cubra esta demanda.

2.1.7. ESTUDIO DE LA OFERTA DEL PRODUCTO EN RELACIÓN A LA COMPETENCIA

El mercado para este tipo de producto es amplio desde el punto de vista de las necesidades a cubrir sin embargo, como oferta es limitado, actualmente en la ciudad de Loja no existe implementado un sistema que ofrezca este tipo de servicio. La Cámara de Comercio tiene pensado implementar este producto a través del cual cualquier ciudadano puede acceder a los microcréditos en todas las coberturas destinado a mejorar la producción en la ciudadanía en general. Otra empresa con el mismo enfoque pero limitados solo a la materia prima tradicionales el que ofrece Camel con galletas en diferentes presentaciones, pero de harina de maíz insertándose en la producción que ha existido por mucho tiempo a nivel nacional. Los distribuidores en la Ciudad de Loja ofrecen el producto pero solamente se quedan en la mera distribución y no van realmente a la producción.

2.1.8. ANÁLISIS DE RESTRICCIÓN

Las galletas que se proponen fabricar, estarán orientadas al mercado de consumidores de la Ciudad de Loja y su objetivo fundamental es satisfacer la demanda de consumo en la misma, para cumplir con este propósito previamente se implementará un adecuado mecanismo de comercialización con vendedores contratados por la empresa, que permitan cambiar los hábitos de consumo de la población en relación con sus necesidades nutricionales.

Al no existir niveles de competencia en la fabricación de este producto y contando con un elevado porcentaje de aceptación en los dos grupos de consumidores, la restricción del producto es mínima.

2.2. MARKETING MIX

2.2.1. PRODUCTO

El producto que se propone es una fortaleza para el desarrollo nutricional humano basado en el análisis científico de los componentes que dispone la materia prima, cabe destacar que también es conocido como dietético y multifuncional para compensar la pérdida de alguna hormonas corporales producto de deficiencias en las personas.

En el caso de las compañías de productos empacados de consumo, de detallistas y de empresas de negocio a negocio, el producto es un objeto

tangible que se vende a los clientes. Pero en el caso de las empresas de servicios, el producto toma la forma de alguna oferta tangible.

En el presente caso este producto, se debe indicar que se pondrá a consideración de los consumidores las galletas de soya, que es el de mayor preferencia en el consumidor.

2.2.1.1. ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO.

El producto que se ofrecerá es un elemento indispensable en la alimentación de las personas por cuanto su materia prima la constituye la soya, gramínea de alto poder alimenticio así como complemento en algunas personas con deficiencia hormonal, pues su elevada calidad de nutrientes sumada a las mejores técnicas de procesamiento y elaboración hacen que las galletas de soya cumplan con los requisitos estándares específicos de higiene según el INEN.

Las galletas de soya estarán compuestas por un 30% de hidratos de carbono (de los cuales un 15% es fibra), 18% de aceite (85% no saturado), 14% de humedad y 38% de proteína.

Poseerán un inigualable poder de nueve aminoácidos esenciales en la proporción correcta para la salud humana. Por lo tanto, la proteína de las galletas de soya estará calificada como una proteína completa de alta calidad, ya que uno de sus beneficios nutritivos es que es una buena fuente de fósforo, potasio, vitaminas del Grupo B, zinc, hierro y la vitamina E antioxidante.

Durante el procesamiento del producto, en primer lugar se vigila la higiene limpiando y luego acondicionando la materia prima, para posteriormente convertirla en harina, este material procesado es la base para la elaboración de las galletas.

Las galletas de soya constituyen un ingrediente beneficioso para la salud, pues las investigaciones al consumidor, demuestran una búsqueda por alimentos más saludables. Los últimos relevamientos indican que una vasta mayoría de compradores contemplan hoy las cuestiones relacionadas con la salud a la hora de elegir sus alimentos. Esta tendencia se ve reflejada en un significativo crecimiento del mercado de alimentos de soya en todo el mundo.

2.2.1.2. DESCRIPCIÓN DE LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.

Para poner a disposición de los usuarios, las galletas de soya se elaborarán en presentación chocolatada y al natural acogiendo las preferencias de los consumidores, así como también en fundas plásticas clasificadas en contenidos de 10 y 20 unidades.

Por su parte la funda plástica llevará impresa la marca y el logotipo en llamativos colores; registro sanitario del producto, contenido en unidades, componentes de elaboración, nombre y dirección de la fábrica, fecha de elaboración, usos que pueden hacerse del producto, el código de barras y el precio de venta al público.

La marca con la que se identificará será **GALLESOYA**, nombre relacionado con los elementos constitutivos del producto, aspecto que contribuirá a que los futuros consumidores los adquieran. Para captar la atención del público la marca se la realizará con colores llamativos de la siguiente manera:



Loja - Ecuador

2.2.1.2.1. CICLO DE VENTAS

El ciclo de ventas se los circunscribe entre la empresa . distribuidores . consumidores finales, para alcanzar este propósito se debe definir claramente la intencionalidad de la misma, la cual se centra en el expendio del producto a todos y cada uno de los sectores de la ciudad de Loja.

En la perspectiva del cumplimiento de este ciclo, se tomará en cuenta la menor inversión para las ventas del producto ya que como en toda empresa su inicio es relativo en razón de ser el punto de partida del plan de ventas.

2.2.1.2.2. PLAN DE VENTAS

El plan de ventas es la actividad económica, mediante la cual los bienes producidos llegan hasta los consumidores finales, a través de la utilización de los medios más adecuados, dentro de cuyo proceso se dan transacciones de compra y venta.

El plan de ventas relacionado con las galletas de soya que se propone elaborar para el consumo en el mercado de la ciudad de Loja, comprende un conjunto de políticas, objetivos, estrategias y metas que corresponden establecer y ejecutar respecto de cada uno de los factores que intervienen en este proceso, como son: el producto (características y propiedades), el precio (costo de venta y el p.v.p.), la plaza (cobertura a nivel geográfico y

demográfico) y la promoción (captar el mayor número de consumidores, vender más).

Las galletas que se propone fabricar, estarán orientadas a satisfacer la demanda de consumo en la ciudad de Loja, para cumplir con este propósito, previamente se implantará un adecuado mecanismo de expendio con vendedores contratados por la empresa que permita cambiar los hábitos de consumo de la población en relación con las necesidades alimenticias.

Una posterior etapa de la proyección será extender la oferta a otros mercados nacionales, y se lo hará, cuando la empresa haya logrado con su producto excelentes estándares de calidad, marca y precios competitivos que exige el mercado consumidor, en esta fase se procurará diversificar las formas de presentación y usos de las galletas de soya.

Finalmente una última etapa será trascender con la producción de la empresa en el mercado de las ciudades vecinas, considerando la situación geográfica en que será localizada la misma.

2.2.1.2.3. NOMBRE DE LA EMPRESA

Para la constitución de la empresa que en un futuro se llamará EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS DE SOYA LOJA. +EMPROCOGASOL+, se requerirá de una escritura pública y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

La Superintendencia de Compañías, una vez cumplidos los requisitos legales ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y la inscripción en el Registro Mercantil, con lo cual se podrá operar legalmente con el nombre propuesto.

2.2.1.2.4. MARCA DEL PRODUCTO



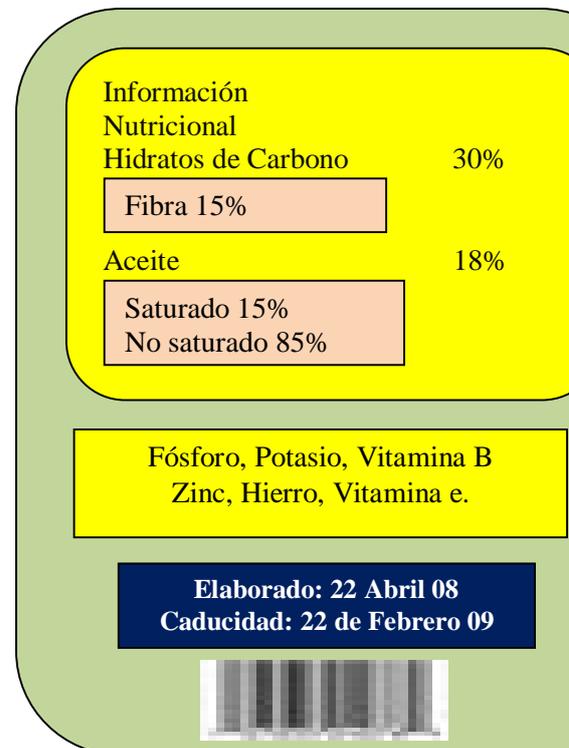
✓ LOGOTIPO DEL PRODUCTO



ANVERSO



REVERSO



El envase para el producto comprenderá una funda de polietileno, en la misma que lleva toda la información requerida por las normas establecidas para el caso, tanto en el anverso como en el reverso, es preciso indicar que se ha seleccionado como logo la planta de soya debido a que es el núcleo de la materia prima, la cual le dará mayor realce al producto, en cuanto al color se debe señalar que se lo ha seleccionado en razón de que el público en general no requiere de colores muy fuertes que distorsionen la vista, sino mas bien se ha buscado colores que cause mayor impacto en el público, pues la combinación de los mismos atrae tanto al público adulto como a los niños.

Se ha puntualizado que es la galleta más sana, toda vez que sus componentes ofrecen un equilibrio nutricional apto para el desarrollo del ser humano, así como también compensan la falta de hormonas en personas con esta deficiencia.

2.2.2 PRECIO

El precio se define como el valor monetario de un objeto que involucra la utilidad del negocio.

El precio de un producto constituye un determinante fundamental en la demanda del mismo y en muchas ocasiones influye en el volumen de ventas, sin embargo un factor importante a la hora de comprar un producto lo constituye la calidad, comodidad y aplicabilidad del mismo.

Al no existir producto similar en oferta para determinar el rango de precios que los consumidores están dispuestos a pagar, se retoman los resultados de la pregunta 6 de la encuesta aplicada a los demandantes en la que se determina de \$ 1 a \$ 3 dólares por el producto y estableciendo el mismo en \$ 1.00 por unidad de 20 gramos. Estos valores son relativamente económicos si los relacionamos con las cuotas mensuales de los seguros de medicina pre pagada que están por encima de los \$ 10.00.

2.2.3. PLAZA

La plaza o ubicación será la Ciudad de Loja, sector al que corresponde la presente demanda y en la cual se establecerán actividades y operaciones adecuadas para que el producto llegue oportunamente a lugares de expendio preferidos por los consumidores de la ciudad de Loja, quienes en un 95% están de acuerdo con la investigación efectuada.

Como mecanismo de comercialización, se utilizarán canales de distribución indirecta considerados en el siguiente orden: los tres primeros años de funcionamiento de la empresa, la circulación de los productos tendrá la secuencia productor . distribuidor . minorista . consumidor; esto se justifica por cuanto los primeros años, la unidad productiva no debe desviar los esfuerzos a la distribución del producto, ya que existen otras prioridades, además de que los recursos económicos durante ese período son limitados; de tal manera que el canal de distribución quedará establecido en el orden de productor . minorista . consumidor.

2.2.4. PROMOCIÓN

La promoción ofrece un incentivo adicional y estimula el mercado meta para que realice algún comportamiento complementario.

Esta conducta origina un incremento en las ventas a corto plazo o una asociación con el producto. Además la promoción tiene un enfoque a más corto plazo ya que pretende conseguir el crecimiento paulatino de ventas de la galleta de soya **GALLESOYA**, entre los habitantes de la región sur.

Para la consecución de la promoción se plantean las siguientes estrategias:

D
I
S
E
Ñ
O

- ✓ Diseñar programas de difusión sobre el conocimiento del producto entre la población de la Ciudad de Loja.
- ✓ Realizar sorteos de productos y artículos complementarios al consumo de las galletas de soya, en lugares donde exista mayor cantidad de público así como en eventos comerciales entre clientes que han consumido el producto.

D
I
F
U
S
I
Ó
N

- ✓ Procurar mediante la difusión de los beneficios que ofrecen las galletas de soya cambiar el patrón de consumo de aquellas personas que hacen uso de otro tipo de galletas.
- ✓ Difundir que lo que se espera es contribuir con un producto de buena calidad y precio bajo, así como satisfacer las necesidades de alimentación de quienes las utilizan.
- ✓ Ofrecer ocasionalmente por parte de la empresa servicios de perchería o estantería en los lugares que se consideran críticos por las reducciones significativas de sus ventas.

P
R
E
S
U
P
U
E
S
T

- Colocar ocasionalmente y de manera selectiva en los lugares de expendio de detallista (centros comerciales, bodegas) personas



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ARTICULAR DE LOJA *La Universidad Católica de Loja*

contratadas, para que obsequien unidades de galletas a clientes que efectúen sus compras en dichos establecimientos.

- ✓ Alcanzar el presupuesto necesario para la difusión solicitando el auspicio a instituciones privadas, las cuales a su vez ganan publicidad, dicha difusión se la realizará a través de los medios de comunicación como radio, televisión, mediante spots publicitarios, prensa con espacios de publicidad y hojas volantes con el logotipo del producto.

CAPITULO III

PLAN DE ORGANIZACION Y ADMINISTRACION

3. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION

3.1. VISION DE LA EMPRESA

Ser la principal empresa productora y comercializadora de galletas de soya en la

Ciudad de Loja, cumpliendo todas las expectativas y requerimientos del consumidor.

3.2. MISION DE LA EMPRESA

Fomentar el desarrollo de la producción y comercialización de galletas de soya en la

Ciudad de Loja, orientándola hacia el comercio local generando ofertas, promociones, para que la empresa sea líder a nivel local.

3.3. VALORES DE LA EMPRESA

- Responsabilidad
- Compromiso en la empresa
- Trabajo en equipo
- Visión positiva en el futuro
- Flexibilidad
- Acción motivadora: desarrollo y progreso
- Solidaridad

3.4. ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA

FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se posee sobre el negocio en giro y de mucha utilidad para examinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA de la Empresa de Producción y Comercialización de Galletas de Soya Sociedad Anónima, EMPROCOGASOL S.A. consta de dos partes: una Interna y otra Externa.

- ✓ La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales la institución tiene algún grado de control.
- ✓ La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar el negocio en el mercado seleccionado. Aquí es donde se tienen que desarrollar toda la capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y lograr minimizar o anular tales amenazas, circunstancias sobre las cuales la institución tiene poco o ningún control directo.

Consecuentemente, la matriz FODA constituye un análisis integrado de todas las áreas de la Organización de la empresa y que inciden en la Gestión o Servicio a los clientes.

Desde ésta perspectiva, se pasan a señalar las fortalezas y debilidades en el siguiente orden:

3.4.1. FORTALEZAS

- ✓ Los productos que ofrece la Empresa son de alta calidad en el mercado local.
- ✓ Fácil acceso e información de proveedores en la adquisición de la materia prima.
- ✓ Profesionales capacitados y con experiencia.
Implantar un modelo de atención al cliente más efectivo.

3.4.2. DEBILIDADES

- ✓ Falta de experiencia en el mercado.
- ✓ No existe aún posicionamiento de marca en el mercado.

- ✓ Los procesos de personas no están orientados a fomentar la productividad y calidad de servicio.

3.4.3. OPORTUNIDADES

- ✓ Las galletas de soya son necesarias para la alimentación y nutrición de las familias lojanas.
- ✓ Implantar un modelo de atención al cliente más efectivo.
- ✓ Bajos costos en la distribución debido a que existe concentración de mercado en todo lo que es zona comercial de Loja.

3.4.4. AMENAZAS

- ✓ Existen marcas posesionadas en el mercado clandestinamente.
- ✓ El personal de las empresas de la competencia está debidamente capacitado.
- ✓ La competencia posee tecnología de punta.
- ✓ Intromisión de una política comercial.
- ✓ Fortalecimiento de la competencia.
- ✓ Resoluciones desfavorables sobre demandas pendientes
- ✓ Los intermediarios quieren un gran margen de utilidad y no les interesa posicionar el producto.

3.5. ASPECTOS LEGALES

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán.

El sistema legal puede definirse como el conjunto normativo que rige a una sociedad, obedeciendo a principios y directrices definidos, tales como el sentido jerárquico de las normas. Así, la resolución se atiende al reglamento, éste a la ley y la ley a la Constitución. Otros principios como aquellos que regulan el régimen de los bienes, la propiedad, etc.

La Empresa %EMPROCOGASOL+ (Empresa de Producción y Comercialización de Galletas de Soya de Loja) para su constitución legal tendrá el carácter de Compañía, se constituyen entre un mínimo de 2 y un máximo de 5 socios que realizan iguales aportaciones, cuya formación del capital es que responden por las obligaciones sociales únicamente hasta el monto de sus aportaciones individuales, ésta se constituirá mediante escritura y bajo las disposiciones de la ley de compañías.

3.5.1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa se constituirá mediante escritura pública, que previo mandato de la Superintendencia de compañías, será inscrita en el Registro Mercantil, para lo cual se realizará la siguiente acta constitutiva.

CONTENIDO DEL ACTA DE CONSTITUCIÓN

NOMBRE Y NATURALEZA DE LOS PARTICIPANTES

La Empresa estará integrada por dos socios, personas naturales de nacionalidad ecuatoriana y domiciliados en la ciudad de Loja.

RAZÓN SOCIAL

Para la constitución de la Empresa que en el futuro se denominará EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS DE SOYA, se requiere de una escritura pública, y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

La Superintendencia de Compañías, una vez cumplidos los requisitos legales ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la Empresa y la inscripción de la Empresa en el Registro Mercantil, esta inscripción es el principio de la existencia legal de la organización.

OBJETIVO

EMPROCOGASOL S.A. se constituirá para la producción y comercialización de galletas de soya para la Ciudad de Loja.

TIEMPO DE DURACIÓN DE EMPROCOGASOL

La duración de la empresa será de diez años a partir de la fecha de aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías y la inscripción en el Registro Mercantil de la Provincia de Loja.

DOMICILIO

EMPROCOGASOL, tendrá su domicilio en el Parque Industrial del Cantón Loja. Provincia de Loja, para efectos comerciales, judiciales y extrajudiciales.

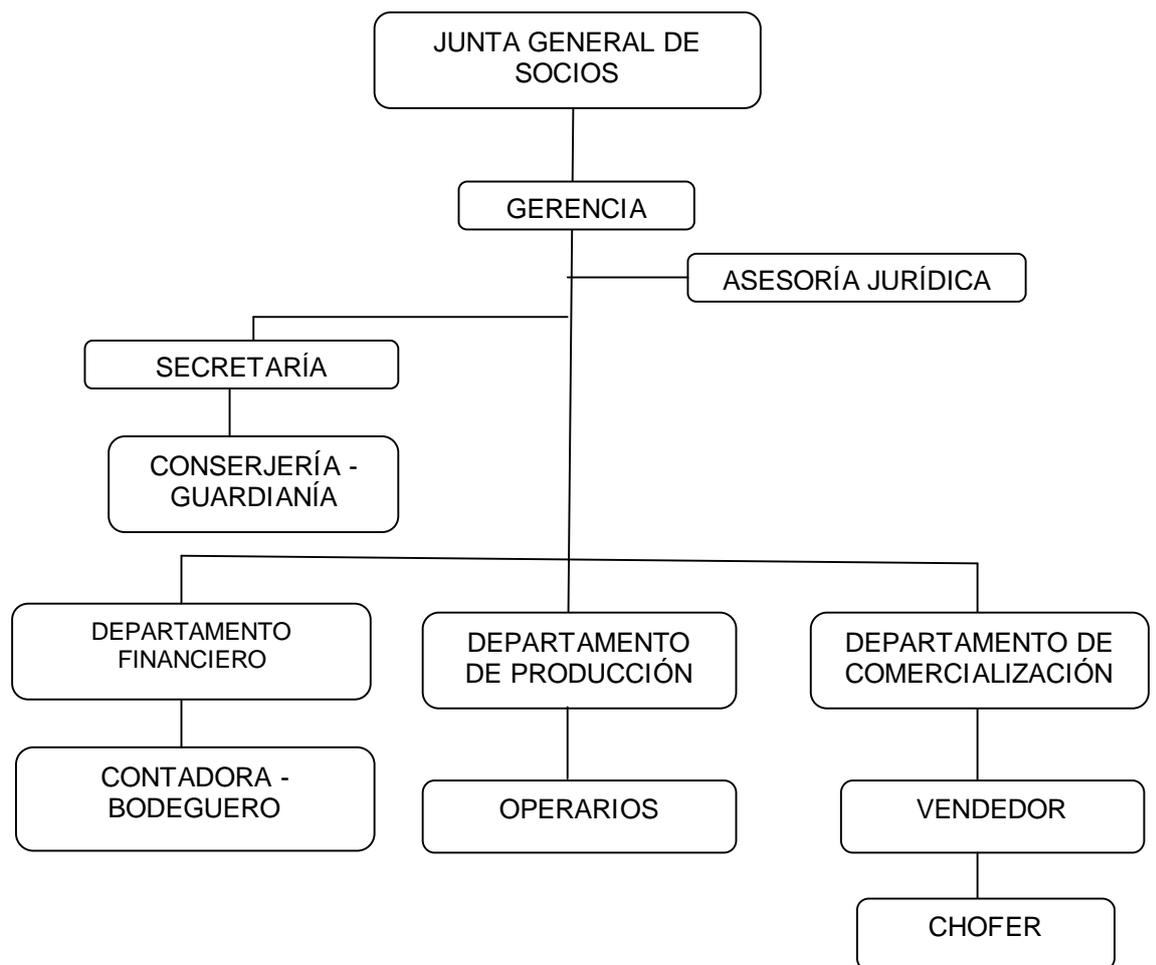
CAPITAL SOCIAL

La empresa estará conformada por dos socios los mismos que aportan con un capital numerario y suscrito en un cien por ciento. El capital aportado por los socios será dividido o transformado en participaciones iguales.

La Empresa estará administrada por un Gerente nombrado por la Junta General de Socios máximo organismo legislativo.

3.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO N° 19



3.7. MANUAL DE FUNCIONES

Son documentos existentes en la mayoría de las organizaciones que ayuda a la administración y al departamento de personal o recursos humanos, para poder determinar las características de un puesto, los requisitos que debe cumplir el ocupante del mismo y las funciones que debe ejecutar.

PUESTO: GERENTE

CÓDIGO: 501

CARACTERISTICAS: Planificar, ejecutar, dirigir y controlar

REQUISITOS: Administrador de Empresa o Ing. Comercial
Experiencia 2 años

FUNCIONES:

- Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la empresa.
- Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de la junta general de socios.
- Presentar periódicamente a la junta general de socios: programas, presupuestos, proyectos y sugerencias para su aprobación.
- Participar de las reuniones convocadas por la junta general de socios o el directorio de la empresa.

- Nombrar y remover por causa justa al personal administrativo a su cargo.
- Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa, y demás funciones y disposiciones que los organismos superiores le deleguen.

PUESTO: ASESOR JURIDICO
CODIGO: 401
CARACTERISTICAS: Representación y asesoramiento en el campo jurídico
REQUISITOS: Doctor en Jurisprudencia
Conocimientos en las áreas mercantil laboral
Experiencia 2 años

FUNCIONES:

- Representación legal de la empresa
- Asesorar a directivos y ejecutivos en materia legal
- Emitir informes sobre: contratos, reglamentos, ordenanzas de acuerdos, resoluciones y disposiciones que afecten o beneficien a la organización

PUESTO: CONTADORA
CODIGO: 701
CARACTERISTICAS: Llevar el control contable de la empresa.
REQUISITOS: Contador (a) Público Autorizado
Conocimiento de presupuestos y costos
Experiencia 5 años

FUNCIONES:

- Receptar y redactar todo tipo de correspondencia de la empresa.
- Receptar, clasificar y registrar en libros los documentos que ingresan a la empresa
- Receptar y efectuar llamadas telefónicas
- Registrar la asistencia diaria del personal
- Elaborar y registrar comprobantes de ingreso y egreso

- Asesorar a directivos sobre aspectos contables y tributarios
- Planificar, evaluar y ejecutar el movimiento económico de la empresa
- Presentar los informes económicos y contables solicitados por los superiores, y más funciones que le sean encomendadas.

PUESTO: BODEGUERO

CODIGO: 701.01

CARACTERISTICAS: Recepción, clasificación, mantenimiento y entrega de materiales y productos dentro de la empresa

REQUISITOS: Profesional o estudiante en las ramas de administración o contabilidad
Conocimientos en el manejo inventarios y kardex

FUNCIONES:

- Recepción y constatación de materias primas e insumos
- Registro contable y mantenimiento de materias primas e insumos
- Entrega y registro de materias primas al personal de planta
- Recepción, registro y mantenimiento de producto terminados
- Despacho de productos terminados al departamento de ventas
- Elaboración de notas de egreso
- Presentar informe semanalmente sobre saldos al departamento de contabilidad y más funciones que le sean asignadas.

PUESTO: AGENTE DE VENTAS

CODIGO: 901.01-901.02

CARACTERISTICAS: Representar a la empresa ante los diversos medios de distribución y comercialización

del mercado, dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.

REQUISITOS: Título de Bachiller, Cursos de relaciones humanas, cursos de ventas de productos de consumo masivo, buena presentación.

FUNCIONES:

- Dar a conocer a los clientes sobre las ventajas de los productos ofertados por la empresa
- Receptar las notas de pedido de los clientes.
- Entrega oportuna de la mercadería solicitada por clientes
- Llevar registro de visitas quincenales a los clientes
- Informar en forma oportuna sobre precios y promociones de productos al cliente
- Elaboración y entrega de informes semanales sobre montos de ventas efectuados y más funciones que le sean encomendadas.

PUESTO: OPERADORES DE MAQUINARIA

CODIGO: 801.01-801.05

CARACTERISTICAS: Transporte, producción y control de productos.

REQUISITOS: Ciclo básico, conocimientos fundamentales sobre mecánica y electricidad.

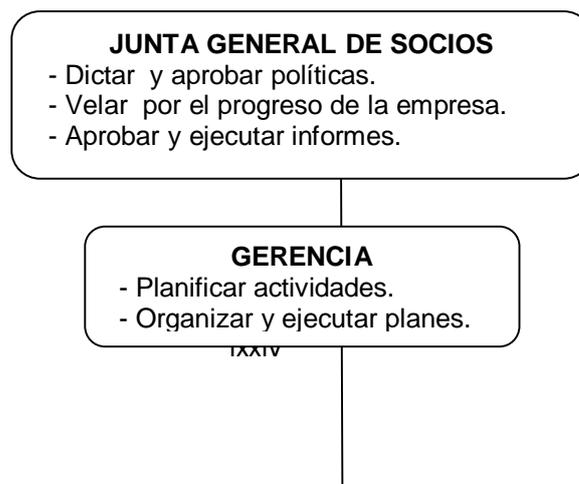
FUNCIONES:

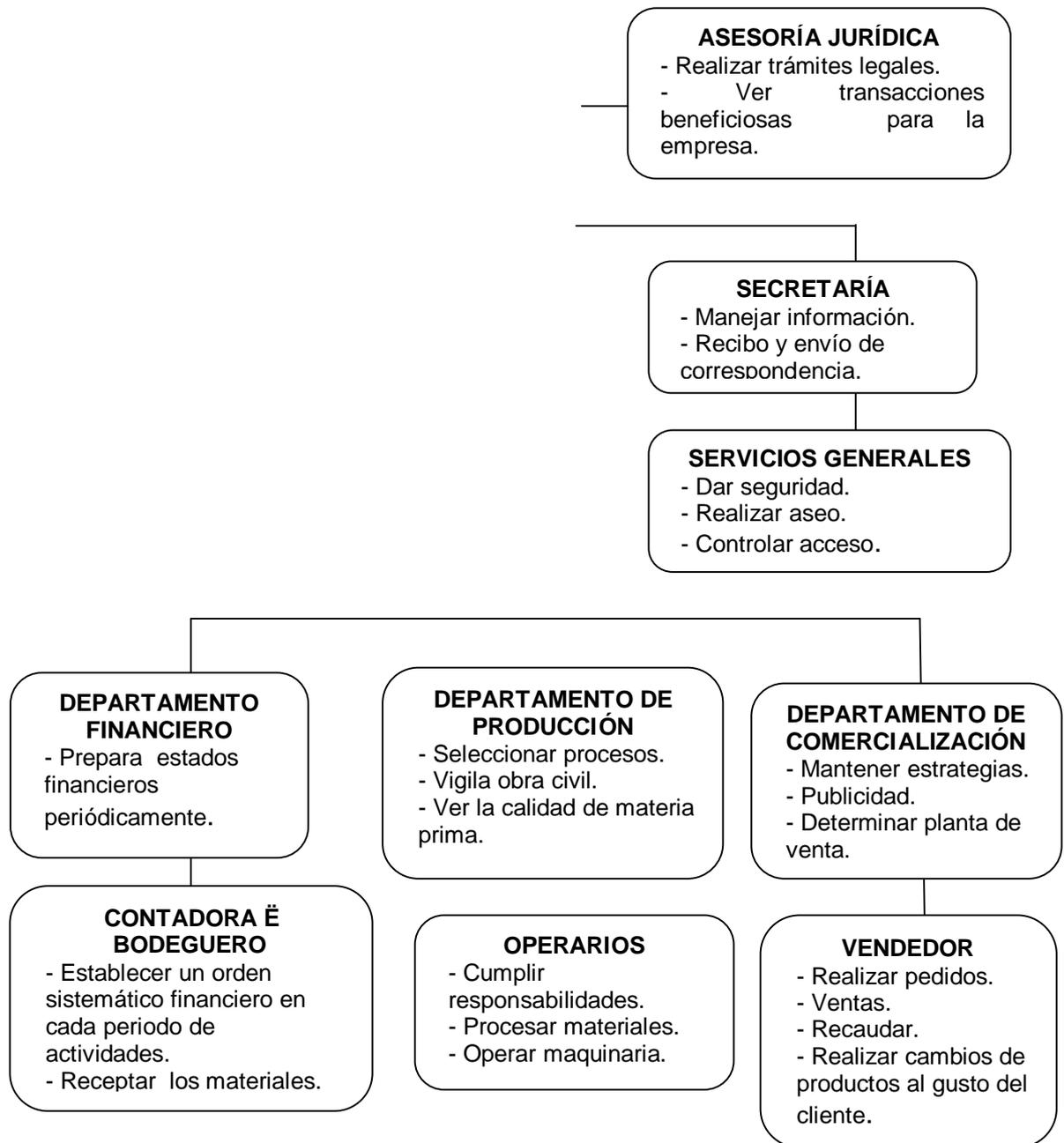
- Transporte de insumos y materia prima
- Operación y manejo de maquinaria.
- Pesado y transportación interna de materias primas.
- Control de la producción.
- Dosificación y enfundado del producto
- Embalaje de productos
- Mantenimiento de la maquinaria a su cargo

- Limpieza diaria del área de producción.
- Más funciones que le asignen los supervisores.

3.8. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO N° 20





CAPITULO IV

PLAN DE PRODUCCION

4. PLAN DE PRODUCCION

4.1. LOCALIZACION

Si bien el proyecto está destinado fundamentalmente para los consumidores de la ciudad de Loja, que suman un total de 214.000 según

el censo del 2001 (proyectada en el 2008). También debemos considerar que con este producto se puede llegar a las zonas rurales de la ciudad, así como a un potencial mercado como es la región sur del Ecuador.

Realizado el balance entre oferta y demanda se determina que el mercado de la ciudad no mantiene ningún tipo de demanda insatisfecha, ya que es la única en el mercado, lo que favorece a la implementación del proyecto.

✓ **Macrolocalización.**

El proyecto de elaboración de galletas de soya está previsto instalarse en la Ciudad de Loja, Cantón y Provincia de su mismo nombre.

✓ **Microlocalización.**

De acuerdo a las normas expedidas por el Municipio de Loja, la planta de producción debe ubicarse en el parque industrial de esta ciudad que se encuentra en la parte norte de la misma, regido a la presente fecha por una sociedad de economía mixta de siglas PILSEM en dicho sector existen a disposición algunos predios a Oelegir, con dimensiones y la infraestructura necesaria que posibilitan la instalación y desarrollo del presente proyecto.

Las vías disponibles para el tránsito hasta la ubicación de la planta en el referido parque industrial, presentan condiciones óptimas para realizar las actividades industriales, el acceso directo a dicho lugar se lo hace a través de una avenida principal llamada Salvador Bustamante Celi, la misma que conecta el parque en forma rápida con el centro de la ciudad, a más de facilitar la conexión con las otras vías que conducen a las provincias de Zamora, El Oro, y Azuay: circundando el referido parque industrial se encuentra la avenida Juan Montufar que igualmente facilita el tránsito vehicular en el sector. (Se verá en el anexo N° 7, pág N° 114)

4.2. TAMAÑO

Para un normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa, se requiere de un terreno de aproximadamente 300 metros cuadrados mínimos, en el mismo que se edificará las instalaciones físicas necesarias y distribuidas de la siguiente forma:

- ✓ 64.00 m² Área administrativa
- ✓ 120.00 m² Área de producción, almacenamiento, y baños
- ✓ 31.50 m² Área de parqueo
- ✓ 84.50 m² Área de tránsito vehicular

El área administrativa de 64 metros cuadrados de construcción constará de un local para la oficina de gerencia de 15 metros cuadrados; un espacio con cerramiento modular para secretaria y contabilidad de 12 metros cuadrados; una sala de espera de 15 metros cuadrados; un baño de 4.50 metros cuadrados y 13.5 metros cuadrados que corresponde a los pasillos que interrelacionan las dependencias administrativas. La construcción se edificará con loza de hormigón, pisos con acabados de madera pues las oficinas administrativas reflejarán la imagen de la empresa hacia los clientes.

El área de producción comprenderá 120 metros cuadrados, en ella se ubicarán dos bodegas de 30 metros cuadrados cada una, las que se utilizarán tanto para almacenar las materias primas como los productos terminados; la planta de producción utilizará 50 metros cuadrados, y en la parte externa de la misma se construirá un baño y una ducha de 5 metros cuadrados de superficie cada una, para el uso del personal de planta.

Los pisos del área de producción serán de base de pavimento con terminados de baldosa de 30 milímetros de espesor puesto que tendrán que soportar intenso tránsito peatonal y el peso de maquinarias y productos.

El techo o cubierta será prefabricado, con hierro, árdex y correas metálicas de 12 centímetros de ancho; colocado a una altura mínima de 4 metros, debido a la constante necesidad de aireación requerida por las materias primas y la planta de producción, pues habrá desprendimientos de partículas en el proceso.

4.2.1. EQUIPO E INSTALACIÓN

Para la producción de galletas de soya se requiere la utilización de la siguiente maquinaria:

MAQUINARIA.- Dentro de la maquinaria tenemos:

HORNO.- El horno en la industria de galletas de soya es el elemento principal para una buena producción porque en ellos se realiza la cocción del producto.

AMAZADORA.- Es de tipo continuo, completamente automática, supone el paso medido de los ingredientes que van a pasar a un lugar conveniente diseñados donde se mezcla para formar una maza homogénea.

SILOS.- Son utilidades herméticas y de almacenamiento de los ingredientes a granel. Los silos se cargan bombeando los ingredientes a granel desde los vehículos que la traen sin embasar.

BALANZA.- Es un instrumento muy utilizado en la rama de la pastelería, a través de ella se miden los ingredientes en cantidades necesarias para obtener un producto de calidad.

LAMINADORA.- Es una plancha en la que se coloca la maza para luego pasar al troquelador.

TROQUELADORA.- Es en donde se moldea la maza para obtener un producto de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, luego pasa al horno a través de cintas transportadoras.

ENVASADORA.- Es en donde se coloca el producto en el envase que va a ser vendido y en las cantidades requeridas.

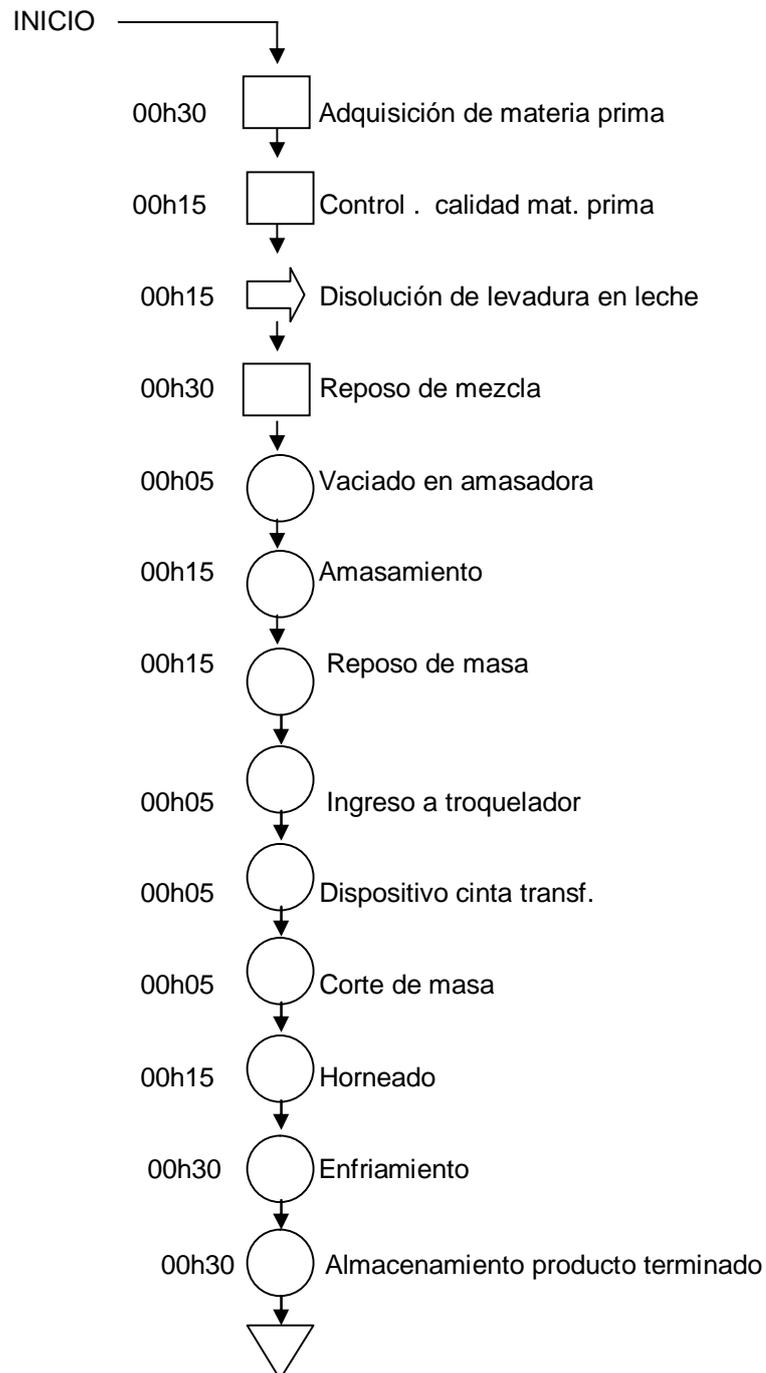
DISTRIBUCIÓN Y ORDENAMIENTO DE MAQUINARIA EN LA PLANTA

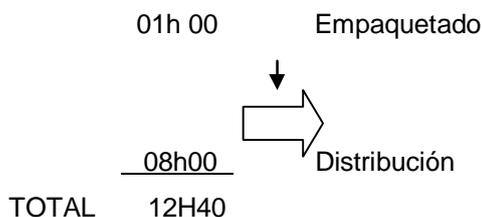
La empresa procesadora de galletas de soya estará ubicada de la siguiente manera:

1. Se encontrará el recipiente por tren . camión.
2. Luego estarán ubicados los silos en donde se pondrán los ingredientes al granel.
3. Posteriormente se encuentra ubicado el molino de azúcar.
4. Luego se ubican los silos en donde se almacenará y pesará los ingredientes al granel principal y secundarios.
5. Posterior se encuentra ubicada la balanza en donde se realizará los pesos necesarios de los ingredientes.
6. Luego estos ingredientes pasarán al amador.
7. Después se tiene la laminadora en donde se ubica la maza para que esta sea pasada por cintas transportadoras al horno túnel.
8. Luego de pasar al horno túnel pasan a la enfriadora.
9. Por último pasa a la envasadora para enfundar el producto terminado y luego ser almacenado y distribuido a los detallistas y consumidores.

4.2.2 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS Y ORDENAMIENTO

GRÁFICO N° 21





ELABORACION: El autor

4.2.3. DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS

La distribución de las oficinas en la empresa se realizará de acuerdo al criterio de necesidad de las mismas, así pues en primera instancia se encuentra la Gerencia en una oficina de 15 m²; en una oficina de 12m² con una división modular, funcionará secretaría y contabilidad; una sala de espera de 15m² en la que se ubicarán los clientes para ser atendidos por la empresa. (ver anexo N° 3. Pág. 110)

4.2.4 RECURSOS HUMANOS REQUERIDOS

El proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de galletas de soya en la ciudad de Loja, pretende generar trabajo tanto para personal calificado como para mano de obra no calificada en la ciudad.

El personal administrativo en la parte inicial del proyecto estará integrado por 5 personas, de las cuales 3 se desempeñarán en tareas eminentemente administrativas y 2 en la sección de ventas.

La parte operativa o productiva del proyecto lo realizarán otras 5 personas, las mismas que no requieren de una educación superior especializada para operar en el sistema productivo de la planta, pues se considera que la ingeniería del proyecto debe contar con el asesoramiento y supervisión continua de un ingeniero mecánico y un ingeniero industrial, que garanticen la operatividad normal del proceso productivo.

Se pretende con el proyecto generar fuentes de trabajo en forma

indirecta, a través de la construcción de las dependencias físicas de la empresa, la elaboración de muebles de oficina y equipamiento de las áreas administrativas y planta.

La parte administrativa del proyecto requiere de profesionales en administración, contabilidad y auditoría, y la ciudad de Loja si dispone de los mismos, pues cuenta con dos universidades que forman tales profesionales.

Para la supervisión y asesoramiento del proceso productivo se requiere de personal especializado en el área industrial y mecánica, recurso humano que también dispone la ciudad de Loja, pues cuenta con profesionales graduados en centros universitarios de otras provincias y en el exterior.

Las condiciones socioeconómicas por las que atraviesa nuestro país genera un progresivo incremento de desocupación de las personas, esta situación garantiza que en la parte operativa de la planta se pueda utilizar personal contratado semi- capacitado.

4.2.5 MANO DE OBRA

Por ser un proyecto inicial no se requiere de un gran número de personal de planta, debido a que el proceso productivo requiere de aproximadamente de 4 horas 5 minutos entre la selección de la materia prima y el empackado de los productos terminados; por consiguiente no se puede asignar al personal de planta funciones fijas, el proceso requiere de la colaboración de todo el personal en las diferentes actividades o secuencias del proceso.

Al inicio de la actividad productiva de la empresa, se prescindirá de una persona de planta responsable de la supervisión del proceso productivo, en su reemplazo se controlará ocasionalmente dos especialistas, uno en

el área química y otro en el área industrial para que realicen dicha actividad de supervisión.

4.2.6 DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA

La adquisición de la materia prima como es la harina se la realizará en mercados locales; o directamente se la traerá de Industrial Molinera del Ecuador de la Ciudad de Guayaquil, tomando en consideración los costos de transporte; materias primas indirectas utilizadas en este proceso como son: Margarina especial C, sal, leche, malta, azúcar, invertido, levadura prensada, huevos, esencias, crémor tártaro, harina soya.

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería se refiere al proceso técnico o a las actividades que el proceso debe contemplar para la transformación de las materias primas de productos terminados.

Las galletas de soya por lo general son productos con gran poder nutritivo y actúa como compensadores hormonales en el ser humano, en su composición llevan una proporción considerable de soya lo que las convierte en una dieta alimenticia de alto poder.

En la actualidad la mayoría de galletas que se encuentran en el mercado traen incluido saborizantes y colorantes que producen en el consumidor un agradable apetito a las mismas, pero no contienen mayor poder nutritivo.

Existen varias clases de galletas tales como las dietéticas, y normales pero en ningún caso son compensadores hormonales con los nutrientes

que le brinda la soya, los mismos que son necesarios para un correcto desarrollo corporal.

Los procesos y maquinarias utilizados para la fabricación de galletas de soya por lo general son similares a los requeridos en la elaboración de galletas comunes.

4.4. IMPACTO AMBIENTAL

En la actualidad la elaboración de galletas, consideradas como las más nutritivas del mercado, similar al que pretendemos producir no genera impactos ambientales de mayor trascendencia, conforme se precisa a continuación:

- La formulación y los químicos que se utilizarán en la fabricación de este producto, no requiere la utilización de químicos, por consiguiente el proyecto no genera:

- a. Contaminación del aire por combustión
- b. Desechos de aguas residuales

La utilización de máquinas pequeñas con motores de hasta 4 HP de potencia, generarán una intensidad máxima de sonido de 70 decibeles; al respecto, Idalberto Chiavenato en su libro de Administración de Recursos Humanos, quinta edición dice: El sonido tiene dos características principales, frecuencia e intensidad; la frecuencia es el número de vibraciones por segundo emitidas por la fuente del sonido y se miden en ciclos por segundo (cps); la intensidad del sonido se mide en decibeles (cby).

En conclusión, la maquinaria seleccionada para el proyecto generaría un ruido moderado y bajo ninguna circunstancia superaría los 85 decibeles máximos de intensidad permitidos legalmente en un ambiente de trabajo.

El proceso de la mezcla de materias primas y molidas del producto, posiblemente habrá de generar la expansión de polvo en el área de la planta industrial, pero por tratarse de una producción de tan sólo 500 kilogramos al día, esta no ocasionará un daño ambiental externo de consideración.

Si bien en el proceso productivo habrá la emisión de pequeñas partículas de materias primas, estas no afectarán considerablemente al medio ambiente; pero para seguridad del personal que laborará en la planta, se utilizará durante todo el proceso de producción mascarilla y guantes adecuados esta función de prevención se complementará con la instalación de un extractor de aire ubicado en la parte superior de la nave industrial.

CAPITULO V

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

5. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

5.1. INVERSIONES: COSTOS DE OPERACIÓN E INGRESOS.

5.1.1. INVERSIONES.

Constituyen el aporte monetario o en bienes indispensables para la ejecución del plan de negocios, las inversiones pueden ser de tres clases:

- ✓ Activos fijos.
- ✓ Activos diferidos
- ✓ Activo circulante (capital de trabajo)

5.1.1.1. ACTIVOS FIJOS

Son todos los bienes fijos de una empresa u organización sujetos a depreciación, a excepción de terrenos, los activos fijos para el plan de negocios de galletas de soya en la Ciudad de Loja suman 96.387,50 dólares. Este valor se lo puede ver en el cuadro No 26 del cuadro de Resumen de Activos Fijos.

5.1.1.1.1. TERRENOS

Está localizado en el parque industrial del Cantón Loja y tiene una extensión de 300 metros cuadrados; por informaciones proporcionadas por el personal del Departamento de Avalúos y Catastros de la Ilustre Municipalidad del Cantón Loja estos terrenos tienen en la actualidad un valor comercial de 80.00 dólares el metro cuadrado, por lo que representa una inversión de 24.000 dólares.

CUADRO N° 19
TERRENOS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	300 m ²	\$ 80.00	\$ 24.000
TOTAL			\$ 24.000

Fuente: Departamento de Avalúos y Catastros I.M.L.
Elaboración: El Autor

CONSTRUCCIONES

El área administrativa con una extensión de 64 m² se edificaría de hormigón armado, a un costo de 190.00 dólares el metro cuadrado de construcción, inversión que asciende a un total de 12.160 dólares.

El área de planta o producción consta de una nave industrial de 120 m², a un costo de 95.00 dólares el metro cuadrado de construcción, lo cual representa una inversión de 11.400 dólares.

CUADRO N° 20 CONSTRUCCIONES

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Área Administrativa	64 m ²	\$190.00	\$12.160
Área de planta	120 m ²	95.00	11.400
TOTAL			\$23.560

Fuente: Cámara de la Construcción de Loja
Elaboración: El Autor

5.1.1.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria indispensable para la puesta en marcha del proyecto ha sido cotizada en diferentes almacenes de venta de maquinaria industrial como son: Almacenes Celi Román, Comercial Briceño, Importadora Flores, Ferrisariato, internet, etc.

La adquisición de maquinaria y equipo para el proyecto asciende a la suma de 23.874 dólares.

CUADRO N° 21
DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Horno Prat	1	\$ 9.225	\$9.225
Amasadora Turbo Prat	1	5.654	5.654
Silos	6	175	1.050
Balanza	1	215	215
Laminadora	1	1.560	1.560
Troqueladora	1	2.890	2.890
Máquina Envasadora	1	2.150	2.150
Cernidor de harina	1	350	350
Molino Industrial	1	780	780
TOTAL			\$23.874

Fuente: Almacenes de herramientas
Elaboración: El Autor

5.1.1.1.3. VEHÍCULO

Se requiere de un vehículo para el transporte de materias primas y productos terminados hacia los centros de distribución y minoristas, en la etapa de introducción del producto a los diversos mercados, el mismo debe tener una capacidad mínima de carga de 2 toneladas, el vehículo ideal por su capacidad y economía es el MAZDA VT50, año de fabricación 2008 4x4 cuyo precio promedio en las casas distribuidoras de carros de la ciudad de Loja y los anuncios de precios es de 21.000 dólares.

CUADRO N° 22
DESCRIPCIÓN DE VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camioneta Mazda	1	\$21.000	\$21.000
TOTAL			\$21.000

Fuente: LOJACAR
Elaboración: El Autor

5.1.1.1.4. HERRAMIENTAS

Para el mantenimiento de la maquinaria, equipo, vehículo, instalaciones eléctricas y de agua, se requiere de las respectivas herramientas indispensables, las mismas que existen en el mercado local cuyo costo asciende a 107,00 dólares.

**CUADRO N° 23
HERRAMIENTAS**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juego de herramientas para maquinaria 18X10X10	1	\$65,00	\$65,00
Juego de herramientas para reparaciones diversas	1	42,00	42,00
TOTAL			\$107,00

Fuente: FERRISARIATO
Elaboración: El Autor

5.1.1.1.5. MUEBLES Y ENSERES

Se requieren muebles y enseres para el equipamiento de las oficinas administrativas de la empresa: en el mercado local podemos encontrar muebles metálicos y de madera, variando sus precios de acuerdo a la calidad y marca de los mismos, a este rubro le añadiremos la perchería necesaria para el almacenamiento de materias primas y productos terminados, la inversión por muebles y enseres suman 1.502,00 dólares

**CUADRO N° 24
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorios	2	\$120,00	\$240,00
Silla giratoria	2	65,00	130,00
Mesa para computadora	1	70,00	70,00
Sillas	12	25,00	300,00
Archivadores	2	150,00	300,00
Perchería	50m ²	9,00	450,00
Basureros	3	4,00	12,00
TOTAL			\$1.502,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

5.1.1.1.6. EQUIPOS DE OFICINA

Para el normal desarrollo de las actividades administrativas de la empresa, deberá adquirirse equipos de oficina como: calculadora, teléfono, computadoras, papeleras, perforadoras, engrapadoras, cuyos costos en el mercado local alcanzan la cifra de 2.344,50 dólares

CUADRO N° 25
EQUIPOS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Calculadora	1	\$87,50	\$87,50
Teléfonos	3	100,00	300,00
Computadoras	2	950,00	1.900,00
Papeleras	2	9,50	19,00
Perforadoras	2	10,00	20,00
Engrapadoras	2	9,00	18,00
TOTAL			\$2.344,50

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

CUADRO N° 26
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	CANTIDAD
Terreno	\$24.000,00
Construcciones	23.560,00
Maquinaria y equipo	23.874,00
Vehículo	21.000,00
Herramientas	107,00
Muebles y enseres	1.502,00
Equipos de oficina	2.344,50
TOTAL	\$96.387,50

Fuente: Resumen de los cuadros
Elaboración: El Autor

5.1.1.1.7. IMPREVISTOS

Con el fin de afrontar los inconvenientes y fluctuaciones de precios que se pueden presentar durante la puesta en marcha del proyecto, se estima

un 5% del total de activos fijos porcentaje que asciende a 4.819,38 dólares.

CUADRO N° 27 IMPREVISTOS

DETALLE	CANTIDAD
Imprevistos, 5% del total de activos fijos	\$4.819,38
TOTAL	\$4.819,38

Fuente: Imprevisto activo fijo
Elaboración: El Autor

5.1.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Se considera activos diferidos a todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto, rubro que asciende a la suma de 2.300,00 dólares. Este valor se lo puede ver en la sumatoria de todos los activos diferidos que se verán en el cuadro No 31.

5.1.1.2.1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son gastos operativos; en el campo legal tenemos la aprobación de la organización como al para que adquiera personería jurídica, aprobación de reglamentos, permisos sanitarios y de funcionamiento, todas estas actividades requieren de la contratación de un profesional en el área, gastos estimados en aproximadamente 1.000,00 dólares.

CUADRO N° 28 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	CANTIDAD
Gastos de constitución	\$-1.000,00
TOTAL	\$1.000.00

Fuente: Dr. Walter Rogel
Elaboración: El Autor

5.1.1.2.2. INVESTIGACIÓN Y DISEÑO

Son gastos que se incurren para la elaboración de diagramas, planos, asesoramiento en la parte técnica, industrial y financiera para la puesta en marcha del proyecto, esta inversión asciende aproximadamente a 500.00 dólares.

**CUADRO N° 29
INVESTIGACIÓN Y DISEÑO**

DETALLE	CANTIDAD
INVESTIGACIÓN Y DISEÑO	\$500,00
TOTAL	\$500,00

Fuente: Ing. Patricio Cueva
Elaboración: El Autor

5.1.1.2.3. PUESTA EN MARCHA

Son gastos de pre operaciones necesarios para desarrollar el proyecto, calculados en 800,00 dólares.

**CUADRO N° 30
PUESTA EN MARCHA**

DETALLE	CANTIDAD
Puesta en marcha	\$800,00
TOTAL	\$800,00

Fuente: UTPL
Elaboración: El Autor

**CUADRO N° 31
RESUMEN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS**

DETALLE	CANTIDAD
Gastos de constitución	\$1.000,00
Investigación y diseño	500,00
Puesta en marcha	800,00
TOTAL	\$ 2.300,00

Fuente: Resumen de los cuadros
Elaboración: El Autor

5.1.1.2.4. IMPREVISTOS

Para hacer frente a los gastos no contemplados o programados durante el desarrollo del proyecto he considerado necesario destinar una valor de 100,00 dólares.

**CUADRO N° 32
IMPREVISTOS**

DETALLE	CANTIDAD
Imprevistos	\$100,00
TOTAL	\$100,00

Fuente: Imprevistos del activo diferido
Elaboración: El Autor

5.1.1.3. ACTIVOS CIRCULANTE

Son los recursos indispensables que se requiere para la organización para poner en marcha el proceso productivo, estos recursos están calculados en un mes de operaciones, tiempo en el cual serán recuperados, el monto calculado para operar en el primer mes de funcionamiento será de 29.197,42 dólares. Este valor sale de la sumatoria de todos los activos circulante que se vera en el cuadro No 40.

5.1.1.3.1. INVENTARIOS

5.1.1.3.1.1. MATERIAS PRIMAS

Son los ingredientes fundamentales para la transformación en productos terminados, para el primer mes de producción este rubro alcanza la cifra de 13.258,00.

**CUADRO N° 33
MATERIAS PRIMAS
(En kilogramos)**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
---------	----------	----------------	-------------

Harina de soya	250	\$50,00	\$12.500,00
Margarina especial	80	2,20	176,00
Sal	70	0,60	42,00
Leche en polvo	95	5,20	494,00
Malta	10	0,50	5,00
Azúcar	30	0,60	18,00
Levadura	5	4,60	23,00
TOTAL	540		\$13.258,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.2. MATERIALES INDIRECTOS

Son los que sirven de complemento al producto elaborado, en el proyecto hay que tener las fundas litografiadas para el envase de los productos en las presentaciones determinadas, y el fundón necesario para el embalaje de los productos terminados, los materiales indirectos suman 9.305,25 dólares.

CUADRO N° 34
MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Fundas 12 X 15 cm.	56.290	\$ 0,10	\$ 5,629
Fundas 16 X 18 cm.	18.950	0,15	2.842,50
Fundas 20 X 24 cm.	2.815	0,20	563,00
Fundón 60 X 40 cm.	1.083	0,25	270,75
TOTAL			\$9.305,25

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.3. MANO DE OBRA DIRECTA

Se considera mano de obra directa al personal que interviene con su trabajo en la transformación de la materia prima en productos terminados, el rubro asignado para mano de obra directa en el primer mes de producción asciende a 1.766,21 dólares, el detalle de este consta en el anexo de sueldos y salarios.

CUADRO N° 35

MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	PRIMER MES	PRIMER AÑO SUELDO
Jefe de producción	403,14	\$4.837,68
Laboratorista	347,57	4.170,84
Obreros (5)	1.015,50	12.186,00
TOTAL	1.766,21	\$21.194,52

Fuente: Resumen del pago a los trabajadores
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.4. CARGA FABRIL

También se conoce como gastos generales de fabricación; para el normal funcionamiento de la empresa se requiere invertir en diversas necesidades y servicios como son: mantenimiento, energía eléctrica, agua, teléfono, etc., estos gastos ascienden en el primer mes de producción a la suma de 675,00 dólares.

CUADRO N° 36
DESCRIPCIÓN DE CARGA FABRIL

DETALLE	VALOR EN DOLARES
Mantenimiento	\$19,00
Agua	6,00
Luz	350,00
Teléfono	20,00
Combustibles y lubricantes	180,00
Supervisión del proceso	100,00
TOTAL	\$675,00

Fuente: Gastos de los servicios básicos
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son gastos que se realizan por concepto de sueldos al personal administrativo, útiles de aseo, de limpieza, materiales de oficina, etc. Por ser el primer mes de operaciones no se consideran los valores por depreciaciones en amortizaciones; este gasto asciende a 1.385,51 dólares el primer mes y 16.626,12 dólares para el primer año.

CUADRO N° 37

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	1er MES	1er AÑO
Personal Administrativo	\$1.178,51	\$14.142,12
Gastos Generales Adm.	130,00	1.560,00
Amortización Diferida	77,00	924,00
TOTAL	\$1.385,51	\$16.626,12

Fuente: Resumen pago de sueldo al personal administrativo
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.6. GASTOS EN VENTAS

Son gastos en los que incurre por concepto de sueldos a los vendedores, comisiones por ventas, publicidad que permita llegar con los productos a los principales mercados de la ciudad, este egreso en el primer mes suma la cantidad de 692.88 dólares.

CUADRO N° 38

GASTOS DE VENTAS

CONCEPTO	1er MES	AÑOS 1 A 5
Personal de Ventas	\$512,00	\$6.144,00
Gastos Generales de Ven.	70,00	840,00
Publicidad	110,00	1.320,00
TOTAL	\$692,00	\$8.304,00

Fuente: Resumen de los Gastos de Ventas
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.7. ENCAJE MINIMO

Permite la circulación del capital de operaciones para el primer mes de producción de la empresa, además es útil para redondear las operaciones, para el efecto se ha considerado la cantidad de 2.115,45 dólares.

CUADRO N° 39

ENCAJE

DETALLE	VALOR EN DOLARES
Encaje	\$ 2.115,45
TOTAL	\$ 2.115,45

Fuente: Encaje

Elaboración: El Autor

Si bien el encaje mínimo es necesario en los proyectos de inversión para redondear las operaciones y en el presente proyecto existen el rubro imprevistos, consideramos que este encaje mínimo que supera los 2,000.00 dólares es necesario en vista que la parte financiera del proyecto puede sufrir brusco cambio por la inestabilidad económica, por el incremento de los porcentajes de los componentes adicionales y por ley.

**CUADRO N° 40
RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE**

DETALLE	VALOR EN DOLARES
Materias primas	13,258.00
Materiales indirectos	9,305.25
Mano de obra directa	1,766.21
Carga fabril	675.00
Gastos de administración	1,385.51
Gastos en ventas	692.00
Encaje mínimo	2,115.45
TOTAL	29,197.42

Fuente: Resumen de los cuadros

Elaboración: El Autor

**CUADRO N° 41
INVERSIONES**

DETALLE	COSTO	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Terrenos	24,000.00	

Construcciones	23,560.00	
Maquinaria y equipo	23,874.00	
Muebles y enseres	1,502.00	
Herramientas	107.00	
Vehículos	21,000.00	
Equipos de oficina	2,344.50	
Total de Activos Fijos		96.387,50
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos de administración	1,000.00	
Investigación y diseño	500.00	
Puesta en marcha	800.00	
Total de Activos diferidos		2.300,00
ACTIVO CIRCULANTE		
Materias primas	13,258.00	
Materiales indirectos	9,305.25	
Mano de obra directa	1,766.21	
Carga fabril	675.00	
Gastos de administración	1,385.51	
Gastos en ventas	692.00	
Encaje mínimo	2,115.45	
Total de Activos Circulante		29.197.42
TOTAL		127.884,92

Fuente: Resumen de los cuadros anteriores

Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.8. FINANCIAMIENTO

Si la empresa en el presente proyecto cuenta con el ciento por ciento de financiamiento propio, no se recurrirá a otras fuentes de financiamiento, como préstamos en las instituciones financieras.

El proyecto requiere de un capital de \$ 127,884.92 dólares para atender los siguientes rubros:

Activos Fijos	\$ 96.387,50
Activos Diferidos	\$ 2.300,00
Activos Circulares	\$ 29.197,42

5.1.1.3.1.9. CAPITAL PROPIO

Es el monto de dinero que proviene de los aportes de los inversionistas del proyecto, para el presente caso este monto es del 100% del total del proyecto, esto es \$ 127,884.92 dólares, que serán aportados por los miembros de la compañía limitada.

CUADRO N° 42
FINANCIAMIENTO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	\$127.884,92	100%
TOTAL	\$127.884,92	100%

Fuente: Análisis Financiero
Elaboración: El Autor

PRESUPUESTO

COSTOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO

MATERIAS PRIMAS

La producción proyectada para el primer año de funcionamiento de la empresa es de \$6.480,00 kilogramos de galletas de soya, para tal propósito existe en el mercado nacional varios proveedores de materias primas e insumos, se ha llegado a la conclusión que las siguientes casas distribuidoras son las que ofertan los componentes a menor costo: CALVA & CALVA, MERCAMAX, IMELDA JARAMILLO.

CUADRO N° 43
PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS (En Kilos costo en dólares)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina de soya	\$3.000	\$50.00	\$150.000,00
Margarina especial	960	2.20	2.112,00
Sal	840	0.60	504,00
Leche fresca	1.140	5.20	5.928,00
Malta	120	0.50	60,00
Azúcar	360	0.60	216,00
Levadura	60	4.60	276,00

TOTAL	\$6.480	\$63.70	\$159.096,00
--------------	---------	---------	--------------

Fuente: Distribuidoras de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Del estudio respectivo se desprende que para la producción de 6.480,00 Kilógramos de galletas soya anual, se requiere adquirir 6.480,00 kilogramos de diversas materias primas. El gasto en materias primas para la producción de galletas de soya en el primer año de funcionamiento, asciende a la suma de 159.096,00 dólares.

5.1.1.3.1.10. MANO DE OBRA

Por ser un proyecto de poca envergadura no se necesita de un gran número de personal de planta, debido a que el proceso productivo requiere aproximadamente 2 horas 30 minutos entre el pesado de materias primas y el empacado de las galletas terminadas; por consiguiente no se puede asignar al personal de planta funciones fijas, el proceso requiere de la colaboración de todo el personal en las diferentes actividades o secuencias del proceso.

Al inicio de la actividad productiva de la empresa, se contará con una persona de planta responsable de la supervisión del proceso productivo.

CUADRO N° 44
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	PRIMER AÑO SUELDO
Jefe de producción	\$4.837,68
Laboratorista	4.170,84
Obreros (5)	12,186,00
TOTAL	\$21,194.52

Fuente : Rol de Pagos
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.11. GASTOS DE FABRICACIÓN

5.1.1.3.1.11.1 MATERIALES INDIRECTOS

Para la producción de 6,480.00 kilogramos anuales de galletas de soya se requiere de fundas plásticas litografiadas y en diferentes medidas para el enfundado de las galletas en sus diferentes formas de presentación, como también fundones del mismo material para el empackado de producto terminado, materiales que suman un total de 111.663,00 dólares.

CUADRO N° 45
PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Fundas 12 X 15 cm.	675.480	\$0.10	\$67.548,00
Fundas 16 X 18 cm.	227.400	0.15	34.110,00
Fundas 20 X 24 cm.	33.780	0.20	6.756,00
Fundón 60 X 40 cm.	12.996	0.25	3.249,00
TOTAL			\$111.663,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.11.2. ENERGIA ELÉCTRICA

Realizar el cálculo de consumo de energía eléctrica debemos considerar que 1HP consume 0.95Kws, este consumo se lo multiplica por la potencia de cada uno de los motores de las máquinas y por el número de horas que trabajan las mismas; así mismo hay que prever un consumo adicional de aproximadamente 100Kws. para otras actividades, como son la iluminación cuando se elabore en jornadas nocturnas, uso de duchas de baño etc.

CUADRO N° 46
PRESUPUESTO CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA

DETALLE	HORAS TRABAJO AL MES	CONSUMO KWS MES	CONSUMO KWS. ANUAL
Mezclador 4HP	32.47	\$123,40	\$1.480,80
Molino 4HP	25.98	98,72	1.184,64
Pulverizador 1.5 HP	32.47	46,26	555,12
Envasadora 2 HP	64.95	123,40	1.480,80
Selladora	64.95	61,70	740,40

Extractor	173,00	80,00	960,00
Otros usos		96,52	1.158,24
TOTAL		\$630,00	\$7.560,00

Fuente: Empresa Electrica de Loja
Elaboración: El Autor

Un mezclador de un motor de 4HP de potencia gasta 0.95Kws. hora por cada unidad de HP, en una hora de trabajo esta máquina consumiría 3,80Kws, si se divide los 264 días de trabajo para los doce meses nos dará 21,66 días que multiplicados por 90 minutos diarios que el mezclador pasa en funcionamiento nos arroja un consumo de 32,5 horas de trabajo al mes, este rubro al ser multiplicado por 0.3461 dólares que es la tarifa eléctrica vigente produce esta máquina un gasto de 42,74 dólares al mes.

El costo de consumo de energía eléctrica Kilovatio hora para el primer mes es 0,3461 dólares medidores de uso industrial, lo que representa un consumo de 218 dólares mensuales y 2.616,00 dólares anuales.

5.1.1.3.1.11.3. AGUA

La utilización de este elemento en el proceso de producción de galletas de soya, origina que el consumo de agua sea únicamente para actividades de uso cotidiano, existiendo un consumo anual de 100 dólares.

5.1.1.3.1.11.4. MANTENIMIENTO

Son gastos presupuestados para mantener la máquina y equipo en las condiciones ideales para un normal proceso productivo, este rubro asciende en el primer año de producción a 216.00 dólares.

5.1.1.3.1.11.5. COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

Son requeridos para el mantenimiento y funcionamiento de la maquinaria y equipo, este rubro exige un gasto anual de 1.920,00 dólares.

5.1.1.3.1.11.6. DEPRECIACIONES

Este cálculo se lo realiza en función de la vida útil del bien, para construcciones 30 años, para maquinaria industrial 20 años, para muebles o mobiliario 10 años, para computadoras 3 años, este rubro asciende a la suma de 1.979,03 dólares.

CUADRO N° 47
DEPRECIACIONES AREA PRODUCTIVA

DETALLE	VALOR	TIEMPO	DEPECIACIÓN	VALOR RESCATE
Construcciones	\$23.560,00	30 A	\$785,33	
Maq. y equipo	23.874,00	20 A	1.193,70	\$15.706,60
				11.937,00
TOTAL	\$47.434,00		\$1.979,03	\$27.643,60

Fuente :Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.12. COSTOS DE OPERACIÓN

5.1.1.3.1.12.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

5.1.1.3.1.12.2. SUELDOS

Para el área administrativa tomaremos en cuenta las remuneraciones del Gerente de la empresa, Secretario- Contador(a) y Bodeguero, personal estable que pertenece al área administrativa, gastos considerados para un año y que ascienden a la suma de 12.342,12 dólares.

CUADRO N° 48
DESCRIPCIÓN DE ROL DE PAGOS

ROL DE PAGOS RENUMERACIONES	DESCRIPCIÓN DEL CARGO			TOTAL GENERAL
	GERENTE	SECRET É CONTD.	AUXILIAR DE SERVICIOS	
INGRESOS				
Sueldo	\$450,00	\$300,00	\$170,00	
TOTAL INGRESOS	450,00	300,00	170,00	
(-) Aporte personal IESS	(42,06)	(28,05)	(15,90)	

9,35%				
SUBTOTAL	407,94	271,95	154,10	
Décimo tercero	37,50	25,00	14,17	
Décimo cuarto	14,17	14,17	14,17	
Aporte patronal IESS 12,15%	54,68	36,45	20,66	
TOTAL MENSUAL	514,29	311,12	203,10	\$1.028,51
TOTAL ANUAL	\$6.171,48	\$3.733,44	\$2.437,20	\$12.342,12

Fuente: Rol De pagos
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.12.4. GUARDIANIA

Para el cuidado nocturno de las instalaciones de la organización se contratará el servicio de guardianía de una persona, en rubro por este concepto es de 1.560,00 dólares.

5.1.1.3.1.12.5. ÚTILES DE OFICINA

Para la realización de las actividades administrativas de la empresa se requiere adquirir útiles de oficina, como por ejemplo: bolígrafos, papel bond, papel carbón, cinta de impresora, lápices, borradores etc. este rubro asciende a la suma de 580,00 dólares.

5.1.1.3.1.12.6. ÚTILES DE LIMPIEZA

Se necesita implementos para el aseo de las instalaciones de la organización, como ceras para piso, escobas, trapeadores, etc. para tal propósito se ha estimado un egreso de 380,00 dólares anuales.

5.1.1.3.1.12.7. GASTOS GENERALES

Corresponden a egresos de efectivo para el pago por servicios de agua, luz y teléfono, gastos considerados en 4.512,00 dólares anuales.

5.1.1.3.1.12.8. DEPRECIACIONES

Son gastos relacionados al desgaste o disminución de valor de los activos fijos del área administrativa como son: construcciones, muebles, y enseres, equipo de oficina, cuyo valor anual es de 1,803.30 dólares.

5.1.1.3.1.12.9. DEPRECIACIONES ÁREA ADMINISTRATIVA

En las depreciaciones del área administrativa se toma en cuenta el valor de rescate de las computadoras adquiridas para el año 2012, ya que estos bienes tienen una vida útil de 3 años, si consideramos que este bien se tiene que renovar cada tres años, para el último año de vida útil del proyecto que sería el año 2012 los equipos de computación les quedaría dos años de vida útil.

CUADRO N° 49

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DETALLE	VALOR	TIEMPO	DEPRECIACION	VALOR RESCATE
Construcciones	\$	30 A	\$785,33	\$15.706,60
Muebles y enseres	23.560.00	10 A	150,20	0,00
Equipo de oficina	1.502.00	10 A	234,45	0,00
Computadoras	2,344.50	3 A	633,33	1.532,65
	1,900.00			
TOTAL			\$1.803,31	\$17.239,25

Fuente :Cuadro de Depreciaciones
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.12.9. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Son gastos que incurre la organización, de naturaleza intangible, ocasionados para la puesta en marcha de la misma; esos gastos se prorratan durante la vida útil del proyecto en dividendos iguales y asciende a un total de 480,00 dólares.

5.1.1.3.1.12.10. GASTOS EN VENTAS

Son gastos que la organización incurre por la venta de sus productos terminados, tales como sueldos a vendedores, comisiones, promociones, etc., por un total de 6.154,56 dólares anuales.

CUADRO N° 50
DESCRIPCIÓN DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN

ROL DE PAGOS DE REMUNERACIONES	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		TOTAL GENERAL
	AGENTE VENDEDOR	CHOFER	
Ingresos			
Sueldo	\$200,00	\$200,00	
Comis. Ganadas	40,00		
TOTAL INGRESOS	240,00	200,00	
(-) Aporte Personal IESS 9,35%	(18,70)	(18,70)	
SUBTOTAL	221,30	181,30	
Décimo Tercero	16,67	16,67	
Décimo Cuarto	14,17	14,17	
Aporte Patronal IESS 12,15%	24,30	24,30	
TOTAL MENSUAL	276,44	236,44	512,88
TOTAL ANUAL	\$3.317,28	\$2.837,28	\$6.154,56

Fuente :Rol de Pagos
Elaboración: El Autor

5.1.1.3.1.12.11. COMISIONES

Son pagos adicionales al sueldo que los vendedores reciben por montos de ventas, por lo general cuando un agente vendedor recibe de la empresa, la comisión por ventas en productos de consumo masivo como es el presente caso fluctúa entre 0.5% y el 1% del valor de ventas, la comisión que se pagará a los agentes vendedores será del 0.65% lo que determina un egreso por comisiones de 1.500,00 dólares.

5.1.1.3.1.12.12. DEPRECIACIÓN DEL VEHÍCULO

El vehículo que adquirirá la empresa para facilitar la actividad de venta de los productos terminados, tiene una vida útil de 5 años y una depreciación de 2.100,00 dólares americanos.

5.1.1.3.1.12.13. PUBLICIDAD

Para que los consumidores de la Ciudad de Loja conozcan la introducción de las nuevas galletas de soya, es fundamental promocionar a través de radio y hojas volantes, los mismos que llegan al público de manera masiva en la ciudad. Los gastos anuales destinados para este efecto son de 1.320 dólares distribuidos de la siguiente manera (Ver anexo N° del 8 al 12):

CUADRO N° 51
GASTOS DE PUBLICIDAD

CONCEPTO	PRIMER AÑO
Radio	\$1.140,00
Hojas volantes	180,00
TOTAL	\$1.320,00

Fuente: Proformas del medio
Elaboración: El Autor

CUADRO N° 52
COSTOS PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia prima	\$159.096,00	
Mano de obra directa	21.194,52	
GASTOS DE FABRICACIÓN		
Materiales indirectos	111.663,00	
Gastos generales	3.196,00	
Mantenimiento	216,00	
Combustibles y lubricantes	1.920,00	
Depreciaciones	1.979,00	\$299.264,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldo personal administrativo	12.342,12	
Guardianía	1.560,00	
Útiles de oficina	580,00	
Útiles de limpieza	380,00	
Gastos generales	512,00	
Depreciaciones	1.803,31	
Amortizaciones	480,00	17.657,43
GASTOS DE VENTAS		
Sueldo personal de ventas		
Comisiones	6.154,00	
Publicidad	840,00	8.314,00
	1.320,00	
	\$325.235,95	\$325.235,95

FUENTE: Resumen de Cuadros

ELABORACIÓN: El Autor

RESUMEN DE COSTOS DEL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO

Costos de producción:	\$ 299,264.52
Costos de operación:	\$ 25,971.43
Costo total:	\$ 325,235.95

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD DE 20 GRAMOS DE GALLETAS DE SOYA

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{325,235.95}{6,480 \text{ kg.}}$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{325,235.95}{6,480,000\text{g.}}$$

$$\text{Costo unitario} = 0.05 \text{ dólares} \times 20\text{g de cada unidad} = 1.00 \text{ dólares}$$

UTILIDAD POR UNIDAD DE 20 GRAMOS DE GALLETA DE SOYA

Determinamos la utilidad mediante la siguiente relación:

$$U = 1 - \frac{\text{C.U.P.}}{\text{C. Ex - fábrica}}$$

$$U = 1 - \frac{1.00}{2.00} = 0.5 \text{ dólares por unidad de 20 gramos}$$

Simbología:

U= Utilidad por unidad de 20 gramos

C.U.P.= Costo unitario de producción por unidad de 20 gramos

C. Ex . fábrica= Costo ex . fábrica

5.1.1.3.1.13. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El precio promedio de venta al público de la unidad de 20g de galletas de soya sera de 2 dólares considerando que fluctuaban entre 1 y 3 dólares, esto se puede determinar con el estudio de mercado realizado en el año 2007, para inicios de este año los precios han incrementado en un 15% colocándose a un nivel de 1,15 la unidad de 20 gramos, esto se puede atribuir a la elevación de precios en la materia prima.

5.1.1.3.1.14. PRECIO

El precio ex . fábrica para las galletas según el estudio de mercado que se realizó en su oportunidad era de 2.00 dólares por unidad de 20g, pero con el ingreso de productos importados a menor precio, las principales productoras nacionales se han visto obligadas a reducir el precio ex . fábrica a un promedio de 1,20 dólares por unidad de 20g.

CUADRO N° 53
INGRESOS ANUALES CONSIDERADOS PARA EL PRIMER AÑO DE
PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	INGRESO UNITARIO	INGRESO TOTAL
UNIDAD DE 20g.	\$324.000	\$1,20	\$388.800,00
	U.20g.		
TOTAL			\$388.800,00

FUENTE: Detalle de la Producción

ELABORACIÓN: El Autor

Para determinar el precio ex . fábrica por kilogramo de este producto, se ha tomado en consideración el promedio de los precios ex . fábrica de las galletas de mayor salida en el mercado como son la Universal y Nestle 1 a 3 dólares determinando un precio promedio de 2.00 dólares, el mismo que se ha proyectado multiplicando por el 10% del índice de inflación, obteniendo los siguientes datos:

CUADRO N° 54

INGRESOS PARA LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

AÑOS	PRODUCCIÓN UNIDADES DE 20g.	PRECIO EX Ë FÁBRICA POR UNIDAD DE 20g.	TOTAL
2008	\$324.000	\$1,20	\$388.800,00
2009	356.400	1,32	470.448,00
2010	388.800	1,44	559.872,00
2011	421.200	1,56	657.072,00
2012	453.600	1,68	762.048,00

FUENTE: Presupuesto
ELABORACIÓN: El Autor

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

COSTOS FIJOS.- Son los que no sufren variación ante cualquier nivel de producción, su valor permanece constante.

COSTOS VARIABLES.- Son los rubros que cambian según el volumen de producción requerido para el proceso.

CUADRO N° 55

RESUMEN DE COSTOS

DETALLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia prima		\$159.096,00
Mano de obra directa		21.194,52
Materiales indirectos		111.663,00
Gastos generales		3.196,00
Mantenimiento	\$216,00	
Combustibles y lubricantes		1.920,00
Depreciaciones	1.979,00	
COSTOS DE OPERACIÓN		
Gastos administrativos		
Sueldos	12.342,12	
Guardianía	1.560,00	
Útiles de oficina	580,00	
Útiles de limpieza	380,00	
Gastos generales	512,00	

Depreciaciones	1.803,31	
Amortizaciones	480,00	
Gastos de ventas		
Sueldo personal	6.154,00	
Comisiones		840,00
Publicidad	1.320,00	
	\$27.326,43	\$297.909,52

FUENTE: Resumen de los Costos

ELABORACIÓN: El Autor

5.1.1.3.1.15. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se define como punto de equilibrio, el momento en el cual la empresa, con un determinado nivel de producción ,no obtiene ni ganancia ni pérdida.

Para el cálculo del punto de equilibrio utilizamos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

Simbología:

PE= Punto de equilibrio

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

VT= Ventas totales

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 2008

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{27.326,43}{1 - \frac{297.909,52}{388.880,00}}$$

$$27.326,43$$

$$PE = \frac{\quad}{0,233929438}$$

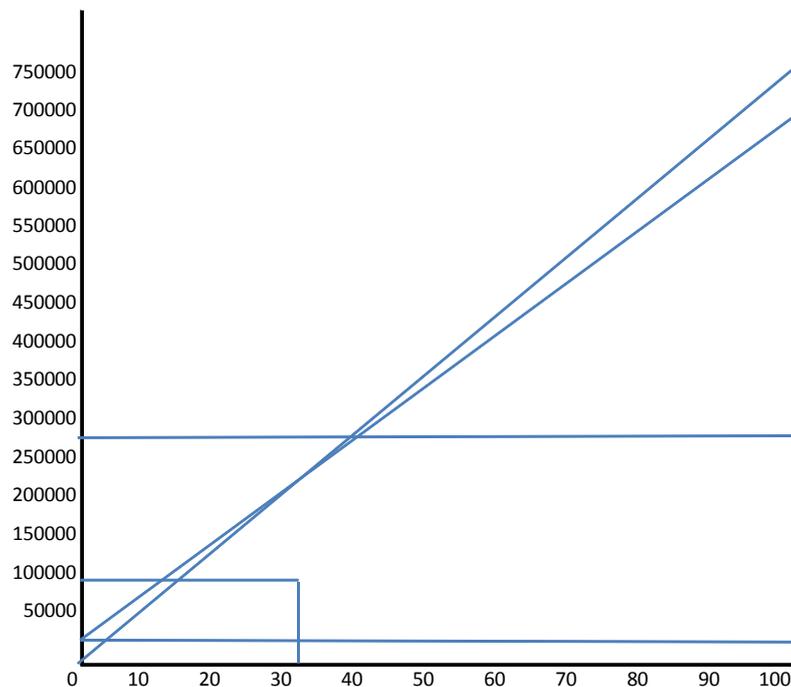
$$PE = 116.814,84$$

$$PE = \frac{27.326,43}{388.800 \cdot 297.909,52} \times 100$$

$$PE = 30,1\%$$

PARA EL AÑO 2008

$$PE = 116.814,84$$



5.1.1.3.1.16. ESTADO DE RESULTADOS

Para determinar el estado de pérdidas y ganancias se tomara en cuenta los ingresos que obtendrá la empresa por la venta de los productos elaborados, a esto se restara los costos de producción lo cual dará como resultado la utilidad

bruta; a la utilidad bruta se restara los costos operativos conformados por: gastos de ventas y gastos financieros y se obtendra como resultado la utilidad neta.

Una vez determinada la utilidad neta habrá que deducir el 15% correspondiente a distribución de utilidades para los trabajadores de la empresa, el valor que resulte de la aplicación de dicho porcentaje habrá que dividir de la siguiente manera: 10% para todos los trabajadores y el 5% para las cargas familiares de los mismos.

Luego de deducir el 15% de utilidades, sobre el monto restante se calcula el 10% para reservas legales de la organización y también el 25% para el pago del impuesto a la renta al erario nacional; el remanente obtenido después de las deducciones indicadas, constituye la utilidad líquida anual obtenida por la empresa u organización.

CUADRO N° 56
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
INGRESOS		
Ventas del producto		\$388.800,00
COSTOS		
Materias Primas	\$159.096,00	
Mano de Obra Directa	21.194,00	
Materiales Indirectos	111.663,00	
Gastos de Fabricación		299.264,00
	7.311,00	
UTILIDAD BRUTA		89.536,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos		
Guardianía	12.342,12	
Útiles de Oficina	1.560,00	
Útiles de Limpieza	580,00	
Gastos Generales	380,00	
Depreciaciones	512,00	
Amortizaciones Activos Diferidos	1.803,31	17.657,43
GASTOS EN VENTAS	480,00	
Sueldos		
Comisiones	6.154,56	
Publicidad	840,00	8.305,56
	1.320,00	
UTILIDAD NETA		63.573,01
Distribución de Utilidades 15%		9.535,95
UTILIDADES ANTES DEL IMPUESTO		54.037,06
Impuesto a la Renta 25%		0

UTILIDAD ANTES DE LA RESERVA		54.037,06
Reserva legal 10%		5.403,71
UTILIDAD LÍQUIDA		\$48.633,35

FUENTE: Resumen del Estado de Pérdidas y Ganancias

ELABORACIÓN: El Autor

5.2. EVALUACION DE PROYECTO

5.2.1. FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, para cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los flujos de caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compra de activos.

El flujo de caja se encuentra demostrado a continuación:

CUADRO N° 57
FLUJO DE CAJA

AÑOS	0	1	2	3	4	5
CONCEPTO FUENTES						
Capital Propio	\$127.884,92					
Ventas		\$388.800,00	\$470.448,00	\$559.872,00	\$657.072,00	\$762.000,00
Valor de rescate						
Saldo anterior			44.602,00	158.095,59	347.778,19	620.000,00

	TOTAL	127.884,92	388.800,00	515.050,00	717.967,59	1.004.850,19	1.382.9
USOS							
Activos fijos		96.387,50					
Activos diferidos		2.300,00					
Capital de trabajo		29.197,42					
Costos fijos			27.326,43	28.351,17	29.414,34	30.517,38	31.4
Costos variables			297.909,52	309.081,13	320.671,67	332.696,86	345.
15% de utilidades			9.535,95	9.893,55	10.264,59	10.649,51	11.4
Depreciaciones			3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.7
Amortización Act. Diferido			240,00	240,00	240,00	240,00	2
SUBTOTAL	127.884,92	334.771,90	347.325,85	360.350,60	373.863,75	387.8	387.8
Disponible		54.028,10	167.724,15	357.616,99	630.986,44	995.5	995.5
Depreciaciones			3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.7
Amortización Act. Diferido			240,00	240,00	240,00	240,00	2
Reserva legal			5.403,71	5.606,35	5.816,59	6.034,71	6.2
		0	\$44.602,18	\$158.095,59	\$347.778,19	\$620.929,52	\$984.

FUENTE: Análisis Financiero

ELABORACIÓN: El Autor

5.2.2. INDICADORES FINANCIEROS

5.2.2.1. Flujo de Caja

CUADRO N° 58
RESUMEN DE FLUJO DE CAJA

AÑO	INGRESOS	VALOR RESCATE	INGRESO NETO	EGRESOS	FLUJO NETO
0					
1	\$388.800,00		\$388.800,00	\$334.771,90	\$54.028,10
2	470.448,00		470.448,00	347.325,85	123.122,00
3	559.872,00		559.872,00	360.350,60	199.521,14
4	657.072,00		657.072,00	373.863,75	283.208,25
5	\$762.048,00		\$762.048,00	\$387.883,64	\$374.164,00

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORACIÓN: El Autor

5.2.2.2. VAN

Permite medir el valor que tendrá el dinero en el futuro respecto al valor que tiene hoy. El valor actual neto (VAN) es el valor monetario que resulta de la suma de los flujos descontados, a la inversión inicial; es uno de los métodos de evaluación financiera que se puede aplicar para conocer el valor real de la inversión en el transcurso de la vida útil del proyecto.

Para realizar el cálculo del valor actual neto en el caso del presente proyecto, tomamos en consideración la tasa activa de interés referencial publicada por el

Banco Central del Ecuador para la primera semana del mes de enero del 2008, para el financiamiento externo; así mismo la máxima tasa de interés pasiva de los diferentes entes financieros de la provincia de Loja.

Para el cálculo utilizamos la siguiente fórmula:

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

En donde:

FA = Factor de actualización

i = Tasa de oportunidad del capital

n = número de años

Para determinar la tasa de oportunidad del capital (i) aplicamos el siguiente procedimiento:

% CP (COC) + % CE (CCE)

0.97% (12)

i = 11.64 : 100

i = 0.1164

Simbología:

CP = Capital propio

COC = Costo de oportunidad

CE = Capital Externo

CCE = Costo capital externo

$$FA_{2008} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$FA_{2008} = \frac{1}{(1 + 0,1164)^1}$$

FA 2008 = 0,8954

FA 2009 = 0,8018

FA 2010 = 0,7179

FA 2011 = 0,6428

FA 2012 = 0,5756

CUADRO N° 59
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	VALOR ACTUALIZADO
-------------	-------------------	---------------	--------------------------

		ACTUALIZADO 11.64%	
0			\$127.884,92
1	\$54.028,10	\$0,8954	48.376,00
2	123.122,00	0,8018	98.719,00
3	199.521,14	0,7179	143,236,00
4	283.208,25	0,6428	153.120,00
5	\$374.164,00	0,5756	215.368,00
			\$658.819,00

FUENTE: Análisis Financiero de la VAN
ELABORACIÓN: El Autor

$VAN = \frac{\text{FLUJOS NETOS}}{(1 + i)^n} - \text{INVERSIÓN}$

$$(1 + i)^n$$

$VAN = 658.819 - 127.884,92$

$VAN = \$ 530.934,08$ POSITIVO

CRITERIO DE EVALUACIÓN

- ✓ Si el VAN es positivo se acepta el proyecto
- ✓ Si el VAN es igual a cero, es indiferente aceptar o no el proyecto
- ✓ Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto

En el presente caso conforme lo indica el cuadro que antecede, actualizamos los flujos netos con el costo de oportunidad del capital del 11,64% y obtenemos mediante el cálculo un VAN de \$ 530.934,08 positivo, mayor a la inversión del capital que es de \$ 127.884,92; lo cual significa que las utilidades que se esperan obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original, en consecuencia el proyecto financieramente es conveniente.

5.2.2.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad, se define como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, o también es la tasa con la que el valor presente de los egresos incluida la inversión, es igual al valor presente de los ingresos netos.

La fórmula de cálculo es:

$$TIR = TASA < + (TASA > - TASA <) [\quad VAN TASA < \quad]$$

$$VAN TASA < - VAN TASA >$$

CUADRO N° 60
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR 90%	VAN MENOR	FACTOR 91%	VAN MAYOR
0			\$127.884,92		\$127,884,92
1	\$54.028	\$0,5263	28.343,94	0,5235	28.283,65
2	123.122	0,2770	34.104,79	0,2741	33.747,74
3	199.521	0,1458	29.090,16	0,1435	28.631,63
4	283.208	0,0767	21.722,05	0,0751	21.268,92
5	\$374.164	\$0,0404	15.116,22	0,0393	14.704,64
			128.468,16		126.636,58
			583,24		-1.248,34

FUENTE: Análisis Financiero de TIR

ELABORACIÓN: El Autor

$$TIR = 90 + (91 - 90) [583,24]$$

$$583,24 \cdot (-1.248,34)$$

$$TIR = 90 + 1 [0,318435449]$$

$$TIR = 90,32\%$$

5.2.2.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Esta técnica permite relacionar el ingreso actualizado con el costo actualizado, a fin de establecer la cantidad de beneficio obtenido por cada dólar invertido; su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{n \text{ INGRESOS ACTUALIZADOS}}{n \text{ EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

CUADRO N° 61
CUADRO DE BENEFICIO COSTO

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	F.A. 11.64%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2008	\$388.800,00	\$334.771,90	\$0,8954	\$348.131.00	\$299.754.00
2009	470.448,00	347.325,85	0,8018	377.205.00	278.486.00
2010	559.872,00	360.350,60	0,7179	401.932.00	258.695.00
2011	657.072,00	373.863,75	0,6428	422.365.00	240.319.00
2012	762.048,00	387.883,64	0,5756	438.634.00	438.635.00
TOTAL				\$1.988.267.00	\$1.515.889.00

FUENTE: Análisis Financiero del Beneficio Costo

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{n \text{ INGRESOS ACTUALIZADOS}}{n \text{ EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{1.988.267}{1.515.889} = \$1,31 \text{ POSITIVO}$$

CRITERIO DE EVALUACIÓN

- ✓ Si el beneficio costo es mayor a 1 se acepta el proyecto
- ✓ Si el beneficio costo es igual a 1 es indiferente realizar el proyecto
- ✓ Si el beneficio costo es menor a 1 se debe rechazar el proyecto

En el presente caso el cálculo de esta relación es de \$ 1,31 positivo, en consecuencia se acepta el proyecto y significa que por cada dólar invertido obtengo de beneficio \$ 1.31

5.2.2.5. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

CUADRO N° 62
ANALISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUYENDO 10% LOS INGRESOS
FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO

AÑOS	0	1	2	3	4	5
CONCEPTO FUENTES Capital Propio	\$127.884,92					

Ventas		\$349.920,00	\$423.403,20	\$503.884,80	\$591.364,00	\$685.884,00
Valor de rescate						
Saldo anterior			5.722,18	68.448,79	209.270,37	416.819,34
TOTAL	127.884,92	388.800,00	429.125,38	576.055,77	800.635,17	1.382.503,55
USOS						
Activos fijos	96.387,50					
Activos diferidos	2.300,00					
Capital de trabajo	29.197,42					
Costos fijos		27.326,43	28.351,17	29.414,34	30.517,38	31.620,42
Costos variables		297.909,52	309.081,13	320.671,67	332.696,86	345.717,90
15% de utilidades		9.535,95	9.893,55	10.264,59	10.649,51	11.035,55
Depreciaciones		3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.782,21
Amortización Act. Diferido		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
SUBTOTAL	127.884,92	334.771,90	347.325,85	360.350,60	373.863,75	387.884,92
Disponible		15.148,81	81799,53	215.705,17	426.771,42	714.819,34
Depreciaciones		3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.782,21	3.782,21
Amortización Act. Diferido		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Reserva legal		5.403,71	5.606,35	5.816,59	6.034,71	6.247,35
		0	\$5722,18	\$72170,97	\$209270,37	\$416714,45
						\$704.819,34

FUENTE: Análisis Financiero

ELABORACIÓN: El Autor

TIR= 88%

VAN= \$ 361.047,41

CONCLUSION: Si se ha disminuido en un 10% de los ingresos para la empresa, el proyecto sigue siendo factible porque la TIR = 88% es mayor al costo de oportunidad que es 11.64%.

CUADRO No 63
ANALISIS DE SENSIBILIDAD
INCREMENTANDO EL 10% LOS COSTOS
FLUJO NETO EFECTIVO PROYECTADO

AÑOS	0	1	2	3	4	5
CONCEPTO FUENTES						
Capital Propio	\$127.884,92					
Ventas		\$388.800,00	\$470.448,00	\$559.872,00	\$657.072,00	\$762.080,00
Valor de rescate						
Saldo anterior			5.757,97	79.131,68	227.371,01	457.419,34
TOTAL	127.884,92	388.800,00	476.205,97	639.000,68	884.443,01	1.219.819,34
USOS						
Activos fijos	96.387,50					
Activos diferidos	2.300,00					
Capital de trabajo	29.197,42					
Costos fijos		30059,07	31.186,29	32355,77	33.569,12	34.983,57
Costos variables		327.700,47	339.989,24	352.738,83	365966,54	379.983,57
15% de utilidades		10.489,55	10.882,91	111290,96	11.714,46	12.128,91
Depreciaciones		4.160,43	4.160,43	4.160,43	4.160,43	4.160,43
Amortización Act. Diferido		264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
SUBTOTAL	127.884,92	372.673,52	386.482,87	400.809,99	415.674,55	431.047,41
Disponible		16.126,48	89.723,10	238.193,69	468768,46	788.819,34
Depreciaciones		4.160,43	4.160,43	4.160,43	4.160,43	4.160,43
Amortización Act. Diferido		264,00	264,00	264,00	264,00	264,00

Reserva legal		5.944,08	79.131,68	6.398,25	6.395,18	6.395,18
	0	\$5.757,97	\$79.131,68	\$227.371,01	\$457.408,85	\$777.408,85

FUENTE: Análisis Financiero

ELABORACIÓN: El Autor

TIR= 93%

VAN= \$ 413.768,58

CONCLUSION: Si se ha incrementado en un 10% de los costos en la empresa, el proyecto sigue siendo confiable, porque la TIR = 93% es mayor al costo de oportunidad que es 11.64%

5.2.2.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es una técnica que permite determinar en qué tiempo se va a recuperar la inversión inicial, en este caso el capital propio invertido en el proyecto.

La fórmula es:

$$PRC = \frac{n \text{ FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} \cdot \text{CAPITAL}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO AÑO}}$$

CUADRO N° 64
CAPITAL EN INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO NETO	F.A. 11.64%	FLUJO NETO ACTUALIZADO	INVERSIÓN CAP. PROPIO
0				\$ (127.884,92)
2008	\$54.028,10	\$0.8954	\$48.376.00	
2009	123.122,00	0.8018	98.719.00	
2010	199.521,14	0.7179	143.236.00	
2011	283.208,25	0.6428	153.120.00.	
2012	374.164,00	0.5756	215.368.00	
	\$1.034.043,49		\$658.819.00	

FUENTE: Analisis de Inversión del Capital de Inversión

ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{PRC} = \frac{n \text{ FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} \cdot \text{CAPITAL}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO AÑO}}$$

$$\text{PRC} = \frac{658.819 \cdot 127.884,92}{215.368}$$

$$\text{PRC} = \frac{530.934,08}{215.368} =$$

$$\text{PRC} = 2,465241261$$

$$0,465241261 \times 30 = \$13,95723783$$

La inversión se recupera a los 2 meses y 14 días

DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS:

Es factible la implementación de una empresa de industrialización y comercialización de galletas de soya en la ciudad de Loja por la existencia de la materia prima y por la rentabilidad del proyecto.

Para demostrar la presente hipótesis, partimos de los resultados obtenidos en el capítulo V, los mismos que en su parte pertinente expresan un VAN positivo de \$ 530.934,08 POSITIVO, un beneficio costo de 1,31 POSITIVO, así como la recuperación del capital en un tiempo estimado de 2 meses 14 días, por lo que existe la factibilidad necesaria para implementar el mencionado proyecto.



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado los respectivos estudios, en relación a la implantación de una fábrica dedicada a la producción y comercialización de galletas de soya, se han establecido las siguientes conclusiones.

- ✓ Se considera que los comerciantes comercializaran galletas a cualquier parte de la Provincia, pero necesitan capitales para ampliar sus instalaciones productivas.
- ✓ A nivel nacional no existe suficiente información que estime el consumo de galletas en general, menos aún de galletas de soya, pero se considera en términos generales que el 90% de la producción se destina al consumo interno y un 10% a la comercialización exterior.
- ✓ Del análisis realizado en el mercado local, respecto a la propuesta del presente proyecto sobre la oferta y la demanda del mismo, nos permite dar una seria respuesta a los futuros inversionistas para que confíen en la puesta en marcha del mismo.
- ✓ Loja presenta recursos naturales y humanos que permiten incursionar en esta actividad, donde fácilmente se puede adquirir la materia prima para la elaboración del producto en mención.
- ✓ La inversión que se propone en el presente proyecto es respaldada por la demanda existente y por la rentabilidad que esta produce, por los indicadores identificados evidentemente como son la tasa interna de retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN), la relación beneficio . costo y período de recuperación.
- ✓ La hipótesis planteada ha sido debidamente verificada y aceptada, ya que la realización de esta actividad creará nuevas fuentes de trabajo e incentivará la industria lojana para su desarrollo, con lo que demostramos la factibilidad de la producción y comercialización de la galleta de soya.

RECOMENDACIONES

- ✓ Que los promotores ejecuten este proyecto, pues tendrán muchos beneficios tanto para la ciudad de Loja como para su provincia, en el aspecto social y económico especialmente.
- ✓ Para realizar una inversión se debe partir de la base fundamental de estudios técnicos, a través de especialistas en la materia, de manera que se garantice la factibilidad de estos estudios.
- ✓ La gestión del gobierno para fomentar la creación de empresas a través del amparo y protección de leyes, debe ser apoyada con la ejecución de obras básicas para el desarrollo empresarial, de manera que los capitales existentes en las provincias sean invertidas con toda confianza.
- ✓ Se recomienda así mismo, que las instalaciones y la puesta en marcha de la empresa, se lo haga en el menor tiempo posible, por cuanto existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.
- ✓ Que exista una buena organización, con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.
- ✓ Frente al proceso productivo de galletas de soya se recomienda utilizar una tecnología de punta, con la finalidad de prevenir ciertos desfases que vayan en contra de la empresa y el ecosistema.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, **Gabriel, Evaluación de Proyectos**, Segunda edición, Mc Graw Hill, México 1994.
- BURBANO, RUIZ Jorge y ORTIZ Alberto, **Presupuestos enfoque moderno de planeación de control de recursos, segunda edición.**
- CARRAZ Daniel, **Curso de mercadotecnia**, Editorial Nardo, Segunda Edición, México, 1981.
- ERTEL, Danny, **Negociación 2000**, 1996
- GARCÍA, Oscar León, **Administración Financiera: Fundamentos y aplicaciones**, Editorial Prensa Moderna Impresoras S.A: Tercera edición, Cali 1999.
- HELLRIEGEL Jackson, **Administración, un enfoque basado en competencias**, novena edición, editorial Thomson, México.
- MÉNDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo, **Metodología, Guía para elaborar Diseños de Investigación en Ciencias Económicas Contables y Administrativas**, Edic. Mc Graw-Hill, Bogotá 2002.
- ORTEGA, Mayra, **Guía para diseñar el Proyecto de Tesis**, UTPL. 2006
- ROBBINS, Stephen. **La administración en el mundo de hoy**, Trad. De la primera edición en inglés por Alberto Fernández Molina. Prentice Hall, Inc. México, 2000.
- SARMIENTO, Rubén. **Contabilidad General**, Sexta Edición, Industria Gráfico Publingraf, Quito, 2004.



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

RTICULAR DE LOJA *La Universidad Católica de Loja*

ANEXOS

ANEXO N° 2

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA DIRIGIDA AL CONSUMIDOR INTERMEDIARIO**

Objetivo: Diagnosticar el nivel de preferencia que tienen los clientes intermediarios en cuanto a las galletas de soya.

DATOS DE CONTROL: **CUESTIONARIO N°:**

FECHA:.....

Tipo de local comercial:õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ ..

Duración:õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ ..

1. ¿Ha adquirido usted alguna vez productos derivados de la soya?
SI () No ()

2. ¿Consume el público galletas?
Si () No ()

3. ¿Qué cantidad vende mensualmente?
5 a 10 cajas ()
11 a 15 cajas ()
16 a 20 cajas ()
21 a 25 cajas ()

4. ¿Cuál es la preferencia del público respecto a este producto?
Al natural ()
Chocolatadas ()
De sal ()
Otras ()

Cuálesõ ..
õ ..
õ õ

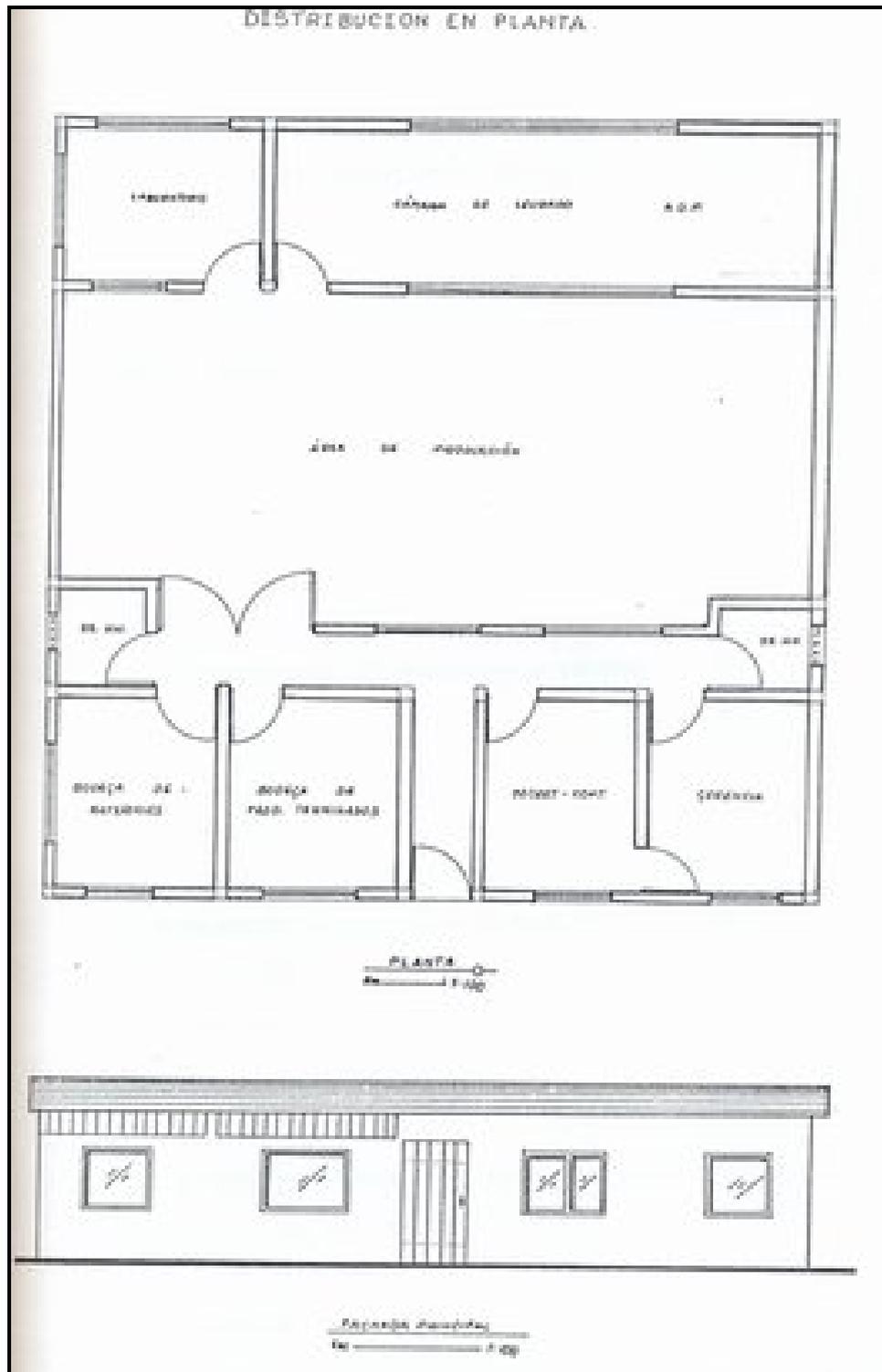


PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ANEXO N° 3
GRAFICO N 21



ANEXO N° 4
GRÁFICO N° 22



ANEXO N° 5
GRÁFICO N° 23



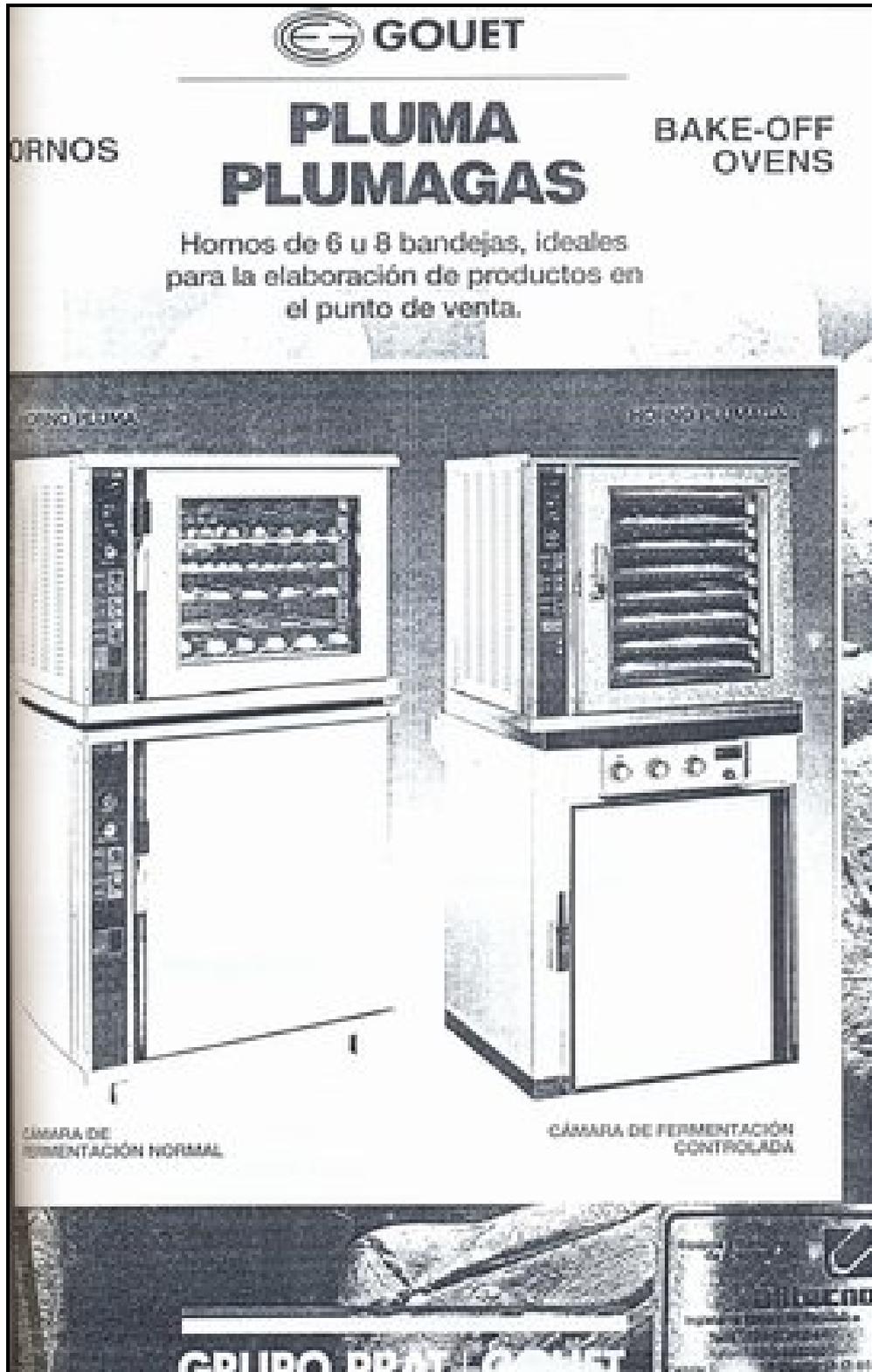
GOUET

AMASADORA "TURBO PRAT"

Máquina ideal para
todo tipo de obrador.
Puede elaborar cualquier
tipo de pasta y por su sistema
de trabajo no castiga
ni calienta la pasta.

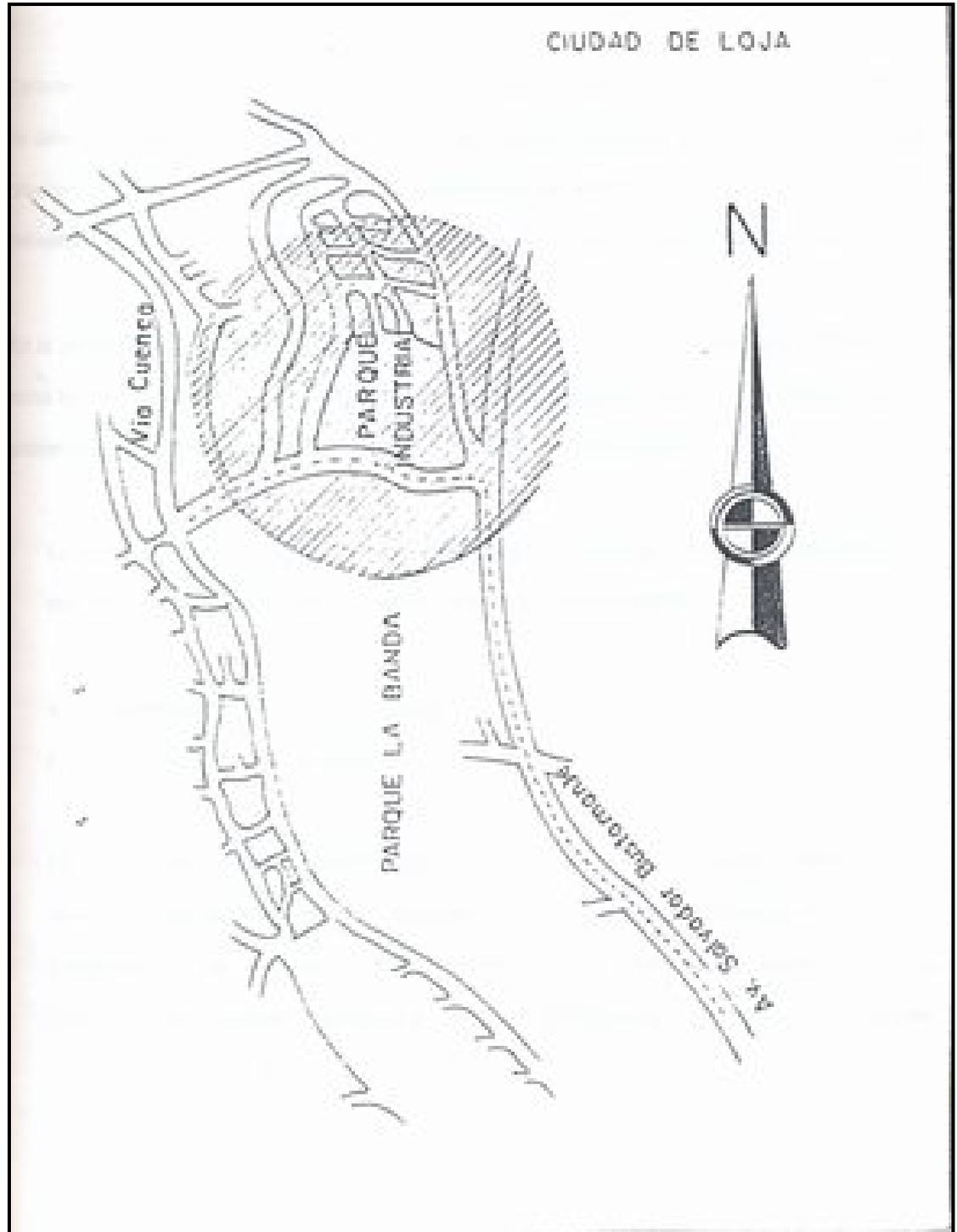
GRUPO PRAT-GOUET

ANEXO N° 6
GRÁFICO N° 24



ANEXO N° 7
GRÁFICO N° 25

MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



ANEXO N° 8

PROFORMA RADIO MATOVELLE

PROFORMA PUBLICITARIA

LOJA, 10 DE JUNIO DEL 2008

SR.
CLEVER JARAMILLO ARIAS
LOJA

PROGRAMA: CLASIFICADOS HCM3
HORARIO: 09H00-10H30 LUNES A SABADO
CUÑAS: DOS DIARIAS---- 48 MENSUAL----- 576 ANUALES
VALOR MENSUAL: \$ 10,00
VALOR ANUAL: \$ 120,00

SUBTOTAL

120,00

\$

PROGRAMA: BUSCANDO LA LLAVES
HORARIO: 11H30-13H00 LUNES A SABADO
CUÑAS: DOS DIARIAS---48MENSUAL----576 ANUALES
VALOR MENSUAL: \$ 10,00
VALOR ANUAL \$ 120,00

SUBTOTAL

120.00

\$

PROGRAMA: INFORMATIVO PUNTO TRES
HORARIO: 17H00-18H00 LUNES A SABADO
CUÑAS: DOS DIARIAS----48 MENSUAL---- 576 ANUALES
VALOR MENSUAL: \$ 10,00
VALOR ANUAL: \$ 120,00

SUBTOTAL

120,00

\$

TOTAL

360,00

\$

SR. VICTOR HUGO MACAS
PROPIETARIO

ANEXO No 9
PROFORMA RADIO ONDAS ESPERANZA

PROGRAMA RADIAL

LOJA, 12 DE JUNIO DEL 2008

SR.
CLEVER JARAMILLO
LOJA

- **PROGRAMA INFORMATIVO NOTI RADIO**
HORARIO 12H00.13H00
CUÑAS DIARIAS
VALOR MENSUAL : \$ 20,00
VALOR ANUAL: \$ 240,00

240,00 **SUBTOTAL** **\$**

- **PROGRAMA SENTIMIENTO ECUATORIANO**
HORARIO : 07H00-08H00
4 CUÑAS DIARIAS
LUNES A SABADO
VALOR MENSUAL: \$ 15,00
VALOR ANUAL : \$ 180,00

180,00 **SUBTOTAL** **\$**

420,00 **TOTAL** **\$**

ATENTAMENTE

GERENTE RADIO ONDAS DE ESPERANZA

ANEXO No 10

PROFORMA RADIO LUZ Y VIDA

PROFORMA

LOJA, 12 DE JUNIO DEL 2008

SR.

CLEVER JARAMILLO ARIAS

CIUDAD

PROGRAMA : AGROPECUARIO NUEVO AMANECER

HORARIO: 06H00-07H00

DIFUSION: LUNES A VIERNES

4 CUÑAS DIARIAS

VALOR TOTAL POR MES : \$ 10,00

VALOR TOTAL POR AÑO: \$ 120,00

SUBTOTAL \$120,00

PROGRAMA LA HORA CLAVE

HORARIO: 18H00-19H00

DIFUSION: LUNES A VIERNES

CUÑAS DIARIAS

VALOR POR MES: \$ 20,00

VALOR ANUAL : \$ 240,00

SUBTOTAL \$

240,00

360,00 **TOTAL** **\$**

ATENTAMENTE

HNA.LIGIA GIRON
SECRETARIA

ANEXO No 11
PROFORMA DE GRAFICAS EL DORADO

PROFORMAS HOJAS VOLANTES

IMPRESA EL DORADO

LOJA, 15 DE JUNIO DEL 2008

SR.
CLEVER JARAMILLO ARIAS
LOJA

CANTIDAD	PRODUCTOS	VALOR UNITARIO	VALOR
TOTAL			
3600	HOJAS VOLANTES	0.05	\$180,00
		TOTAL	\$180,00

ATENTAMENTE

**SR. JOSE DELGADO
PROPIETARIO**

**ANEXO No 12
MODELO HOJA VOLANTE**

PRODUCTO DE ORIGEN NATURAL NUTRITIVO Y SALUDABLE



- Salud del corazón (reducción del colesterol)
- Salud ósea (mayor densidad mineral ósea)
- Alivio de la sintomatología de la menopausia
- Prevención del cáncer (de mama, próstata y tiroides)

- Nutrición basada en el rendimiento
- Control y manejo de peso

PUNTOS DE VENTA:

ROMAR, HIPERVALLE, SUPERMAXI

Teléfono: 072 587 846

PRODUCTO LOJANO

ANEXO No 13

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA CUANTITATIVA

En vista de los diferentes patrones de consumo de galletas de soya que tiene la ciudad de Loja, debido a diversas circunstancias tales como: las costumbres de sus habitantes, sus necesidades de acuerdo al medio, el ingreso per cápita de sus pobladores, influyen en la capacidad de adquisición y calidad de los bienes que demanda la población de dicha ciudad, para satisfacer sus necesidades de higiene y limpieza.

Las diversas presentaciones que las galletas de soya tienen en el mercado, y la frecuencia con que grupos familiares compran tales productos, se expresan en los siguientes cuadros:

CUADRO N° 65

CONSUMO DE DETERGENTES EN LA CIUDAD DE LOJA

FRECUENCIA MENSUAL	N° DE PERSONAS	CONTENIDO	CONSUMO EN KG.
1 a 5 fundas	258	100 grs.	\$309,60
6 a 10 fundas	62	200 grs.	148,80
11 a 15 fundas	49	300 grs.	14,70
16 a 20 fundas	15	400 grs.	72,00

TOTAL	384		\$545,10
--------------	-----	--	----------

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Para determinar el consumo en kilogramos para las personas que consumen en forma mensual, procedemos de la siguiente forma: número de personas x contenido x 12 semanas

Consumo 545,10 kilos / 384 personas = 1,42 por persona

1.42 kilos x 384 personas = 545,28 kilos al año

DEMANDA POTENCIAL (ACTUAL)

CUADRO N° 66

DEMANDA POTENCIAL DE GALLETAS DE SOYA EN LA CIUDAD DE LOJA

LUGAR	KILOS/AÑO	PORCENTAJE
LOJA	\$545,28	100%
TOTAL	\$545,28	100%

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

DEMANDA REAL (EFECTIVA)

De = Dp (% pf)

Simbología: Dp = Demanda potencial

De = 545,28 (0,99)

Pf = Porcentaje de aceptación del producto

De = 539,83

DEMANDA PROYECTADA (FUTURA)

Df = De (1 + Ic)ⁿ

Df = 539,83 (1 + 2,08)¹

Df = 539,83 (3,08)

Df = 1662,68

CUADRO N° 67
FUTURA DEMANDA DE LAS GALLETAS DE SOYA EN LA CIUDAD DE LOJA
2008 Æ 2012

AÑOS	CIUDAD DE LOJA	TOTAL
2008	\$1.662,68	\$1.662,68
2009	5.122,99	5.122,99
2010	15.773,83	15.77383
2011	48.579,30	48.579,30
2012	149.624,68	\$149.624,68
INCREMENTO ANUAL	\$ 2,08	

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

OFERTA

CUADRO N° 68
VENTAS DE GALLETAS DE SOYA A DISTRIBUIDORES

CANTIDAD QUE VENDE MENSUALMENTE	FRECUENCIA (f)	PORCENTAJE (%)
A. 5 a 10 cajas	127	50
B. 11 a 15 cajas	69	27
C. 16 a 20 cajas	18	7
D. 21 a 25 cajas	40	16
TOTAL	254	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 69
OFERTA CUANTITATIVA DE GALLETAS DE SOYA EN LA CIUDAD DE LOJA

AÑOS	KILOS/AÑO
2008	685,80
2009	724,70
2010	745,00
2011	765,90
2012	787,30
TOTAL	

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja
Elaboración: El AutorFD

$$Of = Oa(1+Ic)^n$$

PROYECCION DE LA OFERTA UTILIZAMOS LA SIGUIENTE FORMULA

$$Of = Oa(1+Ic)^n$$

FORMULA

El índice de consumo determinamos con la siguiente ecuación:

$$I = \sqrt[n]{\frac{S}{P}} - 1$$

$$I = \sqrt[5]{\frac{783,3}{685,8}} - 1$$

$$I = \sqrt[5]{2,142169728} - 1 = 0,67696$$

SIMBOLOGÍA

P = primer año

S = último año

n = años

El cálculo de la proyección de la oferta para el año 2008 es el siguiente:

$$Of = 254 (1 + 0,67696)$$

$$Of \text{ año } 2008 = 425,9$$

Para los años siguientes corresponde:

$$Of \text{ año } 2009 = 714,30$$

$$Of \text{ año } 2010 = 1197,85$$

Of año 2011 = 2008,7

Of año 2012 = 3368,6

OFERTA PROYECTADA

CUADRO N° 70

OFERTA PROYECTADA DE GALLETAS DE SOYA EN LA CIUDAD DE LOJA

AÑOS	KILOS/AÑO
2008	425,9
2009	714,3
2010	1197,9
2011	2008,7
2012	3368,6

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

BALANCE ENTRE LA DEMANDA Y LA OFERTA

CUADRO N° 71

BALANCE ENTRE LA DEMANDA Y OFERTA

AÑOS	DEMANDA TOTAL EN GRAMOS	OFERTA TOTAL EN GRAMOS	DEMANDA INSATISFECHA KILOGRAMOS
2008	1662,7	425,9	1236,8
2009	5122,9	714,3	4408,6
2010	15773,8	1197,9	14575,9
2011	48579,3	2008,7	46570,6
2012	149624,7	3368,6	146256,1
TOTAL			

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

$D_i = D_e \cdot O_e$

$D_i = 539,83 \cdot 254 = 285,83$

$D_i = 285,83$ (52,9%) demanda efectiva

SIMBOLOGÍA

Di= Demanda insatisfecha

De= Demanda efectiva

Oe= Oferta efectiva

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

CUADRO No 72

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	KILOS/AÑO
2008	1236,8
2009	4408,6
2010	14575,9
2011	46570,6
2012	146256,1

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 73

MATERIAS PRIMAS

(En kilogramos)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina de soya	250	\$50.00	\$12.500,00
Margarina especial	80	2.20	176,00
Sal	70	0.60	42,00
Leche en polvo	95	5.20	494,00
Malta	10	0.50	5,00
Azúcar	30	0.60	18,00
Levadura	5	4.60	23,00
TOTAL	540		\$13.258,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)