

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA
ELABORADOS POR EL COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA
AFILIADAS A LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA
REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS)"**

Trabajo de Investigación Presentado Por:

Cruz Bermúdez, Xiomara Liset

Figuerola Lemus, Ana Cecilia

Ostorga Ayala, Thelma Guadalupe

Para Optar al Grado de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MAYO 2006

San Salvador

El Salvador

Centro América

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rectora :Dra. María Isabel Rodríguez

Secretario General :Licda. Alicia Margarita
Rivas de Recinos

Facultad de Ciencias Económicas

Decano :Lic. Emilio Recinos Fuentes

Secretaria :Licda. Vilma Yolanda Vásquez
de Del Cid

Docente Director :Ing. Mauricio Alberto Rivas
Romero

Coordinador :Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Observador :Lic. Abraham Vásquez Sánchez

MAYO 2006

San Salvador

El Salvador

Centro América

RESUMEN

La industrialización y Comercialización para los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata comprende el establecimiento de una planta de producción que agilice y mejore la calidad de los productos que actualmente se elaboran y un plan de mercado que facilite la comercialización de dichos productos.

Considerando lo anterior se desarrollo un estudio de factibilidad con el objetivo de determinar la disponibilidad de recursos para la industrialización y comercialización de los productos a base de Soya; para lograr dichos propósitos se desarrollo un diagnóstico de la situación actual fundamentado en los siguientes objetivos: Conocer la existencia de demanda potencial insatisfecha de los productos derivados de la soya en el Municipio de Teotepeque. Identificar características, gustos y preferencias de los compradores potenciales.

Conocer los productos derivados de la soya que tendrán más aceptación o demanda en el Municipio de Teotepeque.

La metodología de la investigación se baso por medio de la aplicación del método científico; el cual sigue un proceso lógico y esquematizado permitiendo solucionar un problema emitiendo un juicio. El tipo de investigación que se aplicó para efectos de este estudio es descriptiva ya que especifica las características importantes de posibles compradores de los

productos derivados de la soya, así como las características de los oferentes de dichos productos. Por tal motivo se diseñaron los instrumentos para la recolección de los datos, dirigidos a los pobladores del Municipio de Teotepeque y miembros del Comité de Mizata.

Los resultados más importantes que se obtuvieron son: En el estudio de mercado se determinó que los productos derivados de la Soya tienen un mercado potencial insatisfecho en el Municipio de Teotepeque. Los compradores actuales de los productos derivados de la Soya son en su mayoría mujeres entre edades de 26 a 45 años cuyos ingresos mensuales oscilan entre \$200 a \$250 dólares mensuales. Los productos derivados de la soya que tienen mayor aceptación o demanda en el Municipio de Teotepeque es en primer lugar el café, en segundo lugar el chocolate, en tercer lugar la horchata y finalmente el cereal; preferentemente en presentaciones de libra y con empaque hermético, higiénico y sencillo.

Fundamentado en lo anterior y en cada uno de los estudios realizados en esta investigación, se concluye que en la actualidad existe factibilidad para la industrialización y comercialización de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a la Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña (CONFRAS).

INTRODUCCIÓN

En El Salvador desde la década de los 40 se han venido realizando introducciones de productos alimenticios a base de soya, con un alto contenido de proteínas y vitaminas que se utilizan en la alimentación directa de la población humana a través de la Industrialización.

Además la Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la Soya generará fuentes de empleo permanente y mayores flujos de ingresos contribuyendo al desarrollo económico del país

Lo anterior reviste de importancia la Industrialización y Comercialización de los productos a base de soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata en Teotepeque departamento de la Libertad.

Debido a lo antes mencionado es necesario realizar un estudio de factibilidad y un plan de mercado que permita determinar la disponibilidad de recursos para su implementación y a generar la demanda e impulsar el desarrollo del mercado de dichos productos. Por lo cual el presente trabajo se desagrega en tres capítulos que se describen a continuación.

El Capítulo I, comprende tres partes principales, la primera muestra los aspectos generales de la Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña. La segunda parte esta compuesta por las generalidades del grano de soya, su

Industrialización y Comercialización. En la tercera parte se presenta un marco conceptual relacionado con la factibilidad de proyecto, desglosado en tres estudios: i. Estudio de Mercado. ii Estudio Técnico. iii. Estudio Económico

En el Capítulo II, se hace referencia al diagnóstico de la situación actual de mercado de los productos derivados de la soya, contemplando la metodología de investigación que se utilizó a través de la cual se obtuvieron los datos necesarios para la realización de un análisis de los diferentes elementos que influyen en la Industrialización y Demanda de los productos ofrecidos por el Comité de Mujeres de Mizata, de las cuales se derivaron las respectivas conclusiones y recomendaciones que se utilizaron en la elaboración de la propuesta.

En el Capítulo III, se divide en tres partes, la primera contiene el Plan de Mercado, el cual incluye la misión, visión, objetivos de venta, mercado meta, plan estratégico y operativo orientados a la mezcla de mercadotecnia. También se especifica la determinación del tamaño y localización del proyecto, análisis del producto, políticas de inventario entre otros aspectos generales al proceso de producción. En la tercera parte se presentan los presupuestos necesarios para la determinación de la inversión total del proyecto.

Finalmente se realiza una evaluación económica por los métodos Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno.

AGRADECIMIENTOS

Al Señor de las Misericordias en primer lugar ya que sin ti no soy nada, por haberme dado fortaleza y sabiduría para seguir adelante y culminar mi carrera. A ti Virgen María por ser una madre ejemplar y amorosa. A mis padres Andrés y Alicia por brindarme su apoyo incondicional en toda mi vida, porque todo lo que soy se los debo a ustedes. A mi esposo Armando por darme tu apoyo en todo momento y por la ayuda que me brindaste desde que te conocí. Gracias por confiar en mi y porque siempre estuviste pendiente y dispuesto ayudarme. Finalmente a mis familiares y amigos por el apoyo incondicional que me brindaron.

Xiomara Liset Cruz Bermúdez

Primeramente le doy gracias a Dios todopoderoso, por que siempre a caminado mi diestra y me ha sostenido en el transcurso de mis estudio. A mis padres María Julia Y (José Miguel. Q.D.D.G) quienes con su apoyo, comprensión, sacrificio y amor hicieron posible este objetivo. A mis hermanos y hermanas por darme cariño, comprensión apoyo moral y económico. Y de forma muy especial a mi hermano y jefe Rigo por su paciencia y comprensión. A mis compañeros de trabajo Ing. Salvador Hernández y Alberto Cruz quienes compartieron sus conocimientos y habilidades en beneficio de este proyecto.

Ana Cecilia Figueroa Lemus.

Dedico este triunfo a Dios todopoderoso por haberme dado la vida y guiarme en todo momento para llegar a este día tan especial a la Virgen de Guadalupe por no haberme desamparado nunca. A mis padres César y (Thelma del Carmen. Q.E.P.D.) Por ser unos padres tan ejemplares y sacrificarse por que sus hijos salgan adelante. A mis hermanos y hermanas por sus ejemplos de superación. A mis sobrinos por brindarme alegría y ánimo para no desistir. Y de una forma muy especial a todas aquellas personas que contribuyeron a culminar mis estudios.

Thelma Guadalupe Ostorga Ayala.

Agradecemos la paciencia y guía académica en el proceso de nuestro trabajo de graduación, al Ing. Mauricio Alberto Rivas Romero.

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	ii

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS), DEL GRANO DE SOYA Y DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA.

A. GENERALIDADES DE LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS).....	1
B. GENERALIDADES DEL GRANO DE SOYA.....	4
1. ORIGEN DEL GRANO DE SOYA	
1.1 Variedades del Grano de Soya.....	5
1.2 Características y Usos del Grano de Soya.....	8
1.2.1 Características del Grano de Soya	
1.2.2 Usos del Grano de Soya	
1.3 Bondades Nutritivas del Grano de Soya.....	10
2. PROCESAMIENTO DEL GRANO DE SOYA.....	11

2.1	Procesamiento.....	11
2.1.1	Proceso para la elaboración de la Horchata de Soya	
2.1.2	Proceso para la elaboración de la leche de Soya.....	12
3.	INDUSTRIALIZACIÓN DEL GRANO DE SOYA.....	14
3.1	Importancia de la Industrialización de La Soya En El Salvador.....	15
4.	COMERCIALIZACIÓN DEL GRANO DE SOYA	
4.1	Definición	
4.2	Penetración del Producto.....	16
4.3	Posicionamiento del Producto	
4.4	Elementos de la Mezcla de Marketing.....	17
4.4.1	Producto	
4.4.2	Precio	
4.4.3	Promoción.....	18
4.4.4	Plaza	
4.5	Mercado Meta	
4.6	Segmentación del Mercado.....	19
4.7	Estrategias	
C.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA.....	20
1.	GENERALIDADES DE LA FACTIBILIDAD DE PROYECTOS	

1.1	Definición de Factibilidad y Tipos de Proyectos	
1.1.1	Definición de Proyectos.....	20
1.1.2	Tipos de Proyectos.....	21
2.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	22
2.1	Definición de Factibilidad.....	23
3.	ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO	
3.1	Principales Componentes de un Estudio de Mercado de Proyecto.....	24
3.2	Definición de Mercado.....	25
3.3	Clases de Mercado.....	26
4.	ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	
4.1	Localización del Proyecto.....	27
4.2	Tamaño del Proyecto	
4.3	Ingeniería del Proyecto.....	28
5.	ESTUDIO ECONOMICO DEL PROYECTO.....	29
5.1	Inversión Total.....	30
5.2	Costos de Producción	
5.3	Depreciación y Amortización.....	31
5.4	Capital de Trabajo del Proyecto.....	32
5.5	Fuentes de Financiamiento del Proyecto	
5.6	Evaluación Económica del Proyecto.....	33
5.6.1	Método del Valor Presente Neto (VPN)	
5.6.2	Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR).....	34

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA ELABORADOS POR EL COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA AFILIADAS A LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS)

A. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	35
1. PROBLEMA GENERAL	
2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	36
B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
1. OBJETIVO GENERAL	
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
C. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
1. HIPÓTESIS GENERAL	
2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS.....	38
D. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	
E. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	
3. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN.....	42

a. El Cuestionario.....	42
b. Guía de Entrevista	
4. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
4.1 La Encuesta	
4.2 La Observación Directa.....	44
4.3 La Entrevista	
5. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA	
a. Universo	
b. Muestra.....	45
c. Distribución de Muestras en el Municipio de Teotepeque.....	46
6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS.....	47
7. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	
7.1 Análisis de la Demanda	
7.2 Proyección de la Demanda.....	52
7.3 Análisis de la Oferta.....	54
7.4 Análisis de la Comercialización.....	55
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
8.1 Conclusiones	
8.2 Recomendaciones.....	61

CAPÍTULO III

PROPUESTA PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA ELABORADOS POR EL COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA AFILIADAS A LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS)

A. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	63
1. OBJETIVO GENERAL	
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
B. PROPUESTA DE UN PLAN DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA.....	64
1. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	
2. JUSTIFICACIÓN.....	65
3. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	
4. VALORES.....	66
5. FILOSOFIA EMPRESARIAL PROPUESTA	
5.1 MISION.....	67
5.2 VISION	
5.3 OBJETIVOS DE VENTA	
5.4 METAS DE VENTA.....	68
C. MERCADO META.....	69
D. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.....	70

E. MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	73
1. Producto	
a. Objetivo del Producto	
b. Estrategias del Producto	
2. Precio.....	74
a. Objetivos del Precio	
b. Estrategias del Precio	
3. Plaza.....	75
a. Objetivos de Plaza	
b. Estrategias de Plaza	
4. Promoción.....	76
a. Objetivos de la Promoción	
b. Estrategias de la Promoción	
F. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.....	77
G. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATEGICO.....	79
H. DESARROLLO DEL PLAN OPERATIVO.....	84
I. IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATEGICO.....	89
1. Implementación	
2. Control	
3. Cronograma.....	90
J. ESTUDIOTÉCNICO.....	92
1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	
2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	93
3. ANALISIS DEL PRODUCTO.....	95

4. POLITICA DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIO.....	96
a. Sistema de Control de Calidad.....	97
b. Técnicas de Control.....	99
5. CAPACIDAD DEL EQUIPO.....	102
6. BALANCEO DE LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ.....	103
7. PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	104
8. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	105
9. FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	106
10.DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ARQUITECTONICA.....	107
11.REQUERIMIENTO DE .MATERIALES.....	108
12.DETERMINACIÓN DE LA MANO DE OBRA	
13. DETERMINACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO.....	110
K.ESTUDIO ECONÓMICO.....	111
1. PRESUPUESTO DE GASTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL.....	112
PLAN OPERATIVO	
2. DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	113
3.ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	116
4.ESTADO DEL COSTO DE LO VENDIDO.....	117
5.PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN.....	118
6.COSTO DE MATERIALES DIRECTOS POR PRODUCTO.....	119
7.COSTO DE LA MANO DE OBRA	
8.DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL.....	120
9.MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN.....	121

10. DEPRECIACIÓN.....	123
a. Depreciación de la Maquinaria	
b. Depreciación de las Instalaciones	
11.PRESUPUESTO DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	124
12.BALANCE GENERAL INICIAL.....	125
13.FLUJO DE EFECTIVO.....	126
14.EVALUACIÓN ECONOMICA DEL PROYECTO.....	127
a. Valor Presente Neto	
b. Tasa Interna de Retorno.....	128
15.SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	129
16 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	131
CONCLUSIONES.....	132
RECOMENDACIONES.....	133
GLOSARIO.....	134
BIBLIOGRAFÍA.....	136
ANEXOS.....	139

CAPÍTULO I.

GENERALIDADES DE LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS), DEL GRANO DE SOYA Y DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA.

A. GENERALIDADES DE LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS)

LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS), nació en 1988 y a partir de 1992 surgió el primer esfuerzo orientado hacia las mujeres: "El Programa de la Mujer", con la finalidad de potenciar la presencia de ellas en una forma organizada y lograr así su incorporación al trabajo de la producción aumentando su incidencia social. En 1994 bajo una forma más estructurada se fundó el COMITÉ NACIONAL DE MUJERES COOPERATIVISTAS (CNMC-CONFRAS) coordinado desde el Programa Género en Desarrollo de la Confederación, teniendo como base a 100 mujeres organizadas y capacitadas en el esfuerzo iniciado por el Programa de la Mujer.

Estos 10 años han sido de constante evolución en el trabajo de las mujeres organizadas, logrando un mayor empoderamiento y liderazgo de muchas mujeres que se han desarrollado como dirigentes activas, logrando a la fecha que ellas asuman la conducción del programa, tomando la dirección y definiendo el camino a seguir en función de ejes principales como son:

- Desarrollo Productivo
- Organización y Capacitación¹

A partir del año 2002 se institucionalizó la membresía del CNMC-CONFRAS, aportando cada miembro \$2.00 por afiliación y \$0.57 mensuales de cuota de autosostenimiento que servirá para seguir desarrollando las actividades en beneficio de la membresía. Actualmente El CNMC-CONFRAS, cuenta con una ASAMBLEA GENERAL constituida por todas las mujeres afiliadas, miembros de comités locales.

En un nivel medio se tienen 6 COMITES ZONALES, ya que actualmente se trabaja en las 7 zonas de las Federaciones de CONFRAS.

¹ Fuente: Boletín informativo No. 1 (CONFRAS) Pág. 1 y 2.

Los comités zonales están constituidos por una representante de cada comité local.

Actualmente CONFRAS cuenta con 400 mujeres afiliadas y distribuidas en seis comités en todo el país.

El Comité de Mujeres de MIZATA en el Departamento de La Libertad cuenta con independencia productiva ya que estas son especialistas en trabajar con los productos derivados de la soya como son: horchata, chocolate, cereal y café en donde ellas mismas se encargan de comercializar los productos individualmente.

Por lo que las ganancias que se obtienen son distribuidas entre sus miembros.

De acuerdo a la entrevista realizada a la Lic. Maurim Figueroa representante de CONFRAS manifestó que existe la dificultad de tener una irregular demanda de los productos que actualmente se elaboran en el Comité de Mizata ya que no se ha estructurado un Plan de Mercadeo, ni tampoco se ha Industrializado la elaboración de los productos.

En resumen se puede decir que no se ha realizado ningún esfuerzo por penetrar a nuevos mercados para sus productos.

Por otra parte si se logra diseñar un Plan de Mercado e Industrializar la elaboración de los productos se tendría la ventaja de obtener una mezcla de Marketing adaptable al mercado potencial y la implementación de una planta de producción que contribuya a satisfacer la demanda que se tenga en el mercado.

Por lo tanto se ha considerado necesario realizar un estudio de factibilidad para la Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS.

B. GENERALIDADES DEL GRANO DE SOYA

1. ORIGEN DEL GRANO DE SOYA

La soya es originaria del continente asiático (China) donde es considerado junto con el arroz, trigo, cebada y sorgo, como uno de los cinco granos sagrados.



Figura No.1 Muestra el grano de Soya.

Actualmente, los países que tienen mayor producción de esta leguminosa son: Estados Unidos de Norte América, China, Brasil, Rusia, Indonesia, Canadá, México y Japón, donde se utiliza como materia prima tanto para la elaboración de productos alimenticios como industriales.

En El Salvador desde 1940 se han venido realizando introducciones de variedades de soya, haciendo pruebas de adaptación y rendimiento del grano; como una alternativa a las semillas de algodón, principal materia prima para la industria aceitera nacional, que había abastecido las necesidades de consumo del país.

Se experimenta en el país a partir de 1979, el desabastecimiento de la semilla de algodón, la reducción de las áreas de cultivo del mismo, importaciones de aceite crudo y de harina de soya en cierta escala para poder complementar ese desabastecimiento entre otras situaciones que crearon la necesidad de buscar condiciones hacia la búsqueda de producto agrícola rico en proteína y grasas que se utilicen en la alimentación directa de la población humana a través de su industrialización.

1.1 Variedades del Grano de Soya

En la Soya, se distinguen tres grandes especies, las cuales se dividen en variedades y subvariedades, cabe mencionar que los

critérios para clasificar estas, cambien según el país donde se cultiven.

Las tres grandes especies son:

- a) Glycine Hispida-Maximowicz
- b) Glycine Soya-Siebold y Zucarini
- c) Glycine Javanica-Linneo²

Estas especies se dividen en variedades las cuales pueden distinguirse entre si por:

- La duración vegetativa
- El tamaño de la planta
- El color de los cotiledones
- La forma de las hojas
- El color de las flores
- La longitud, anchura y cantidad de vello externo de las vainas
- La forma de las semillas
- El tamaño de las semillas
- El color del tegumento de las semillas maduras.
- La composición química de las semillas
- La constitución del ombligo.

²Vasili Cerne y Jorge Sintés, La Soya, Edit. Sintés, S.A. Barcelona, 1975, Pag. 11

Según el tiempo de vida de la planta, las diferentes variedades, dependiendo de sus características y de las condiciones climatológicas en que se cultiven, pueden clasificarse en tres categorías³:

a. Precoces

Sus semillas son pequeñas y redondeadas, maduran aproximadamente desde los dos y medio hasta los cinco meses de sembradas, su producción de semillas es baja no son exigentes en cuanto al clima y se adaptan a las zonas templadas de Europa y América.

b. Semitardías

Sus semillas pueden madurar desde los cinco a los seis meses y medio, después de sembradas; son indicadas para regiones calidas y producen más semillas que las precoces.

c. Tardías

Sus semillas maduran aproximadamente desde los seis meses y medio hasta los ocho meses, son más productivas en semillas que las semitardías, menos exigentes en abonos y producen cosechas más ricas en materias nitrogenadas.

³ Rafael Ochoa y Cesar Funes, Estrategias de Comercialización para los Derivados de la Soya, Tesis 1985 Pág. 3.

En cuanto a forma de las semillas, pueden citarse dos tipos: las casi redondas y las aplastadas de contorno más o menos elípticas. Entre las variedades clasificadas según el color del tegumento de las semillas las de color amarillo contienen en término medio, un 18% de aceite; las de color verde el 16.5% y las de color negro el 15.5%.

1.2 Características y Usos del Grano de Soya.

1.2.1 Características del Grano de Soya.⁴

La soya pertenece a la familia de las leguminosas y a la subfamilia de las papilionáceas; es una planta herbácea anual, matosa no trepadora, alcanza una altura de cincuenta a ciento cincuenta centímetros según la especie o variedad y el ambiente en que vegeta; da sus frutos dentro de un período que oscila entre ochenta días, en regiones tropicales y doscientos cuarenta días en regiones templadas; puede ser utilizada tanto la planta como sus semillas, pero la principal característica es el alto poder nutritivo que posee.

1.2.1 Usos del Grano de Soya.

La soya es la leguminosa que posee más bondades nutritivas y puede ser utilizada de diferentes formas en la alimentación

⁴ Vasili Cerne y Jorge Sintés, La Soya, Edit. Sintés, S.A.Barcelona,1975, Pág.45

humana, en forma de concentrados para la alimentación animal; como materia prima para la elaboración de diversidad de productos en la industria y además como abono para mejorar el suelo.

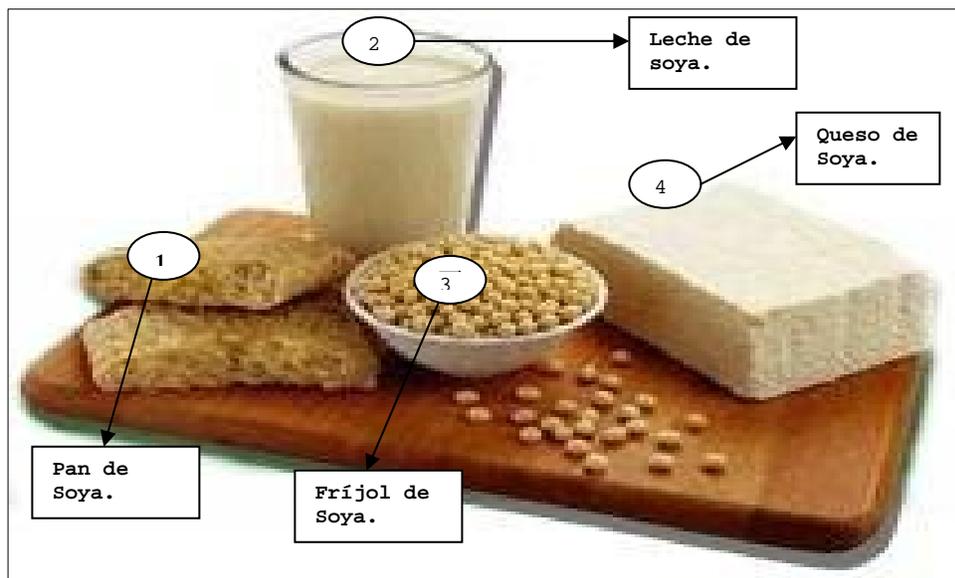


Figura No.2 Muestra productos derivados a partir del grano de soya.

De la soya se origina una gran cantidad de productos alimenticios e industriales los cuales por su composición pueden clasificarse en tres grupos:

a. Productos sólidos

Son los que se obtienen de la soya en forma cruda después de haberle extraído las sustancias grasas y se utilizan tanto para

usos comestibles como industriales entre ellos se mencionan: harina cruda, leche, horchata, café, chocolate, cereal.

b. Productos íntegros

Son aquellos que contienen el 100% de los elementos que posee la soya, siendo todos comestibles.

c. Productos oleaginosos

Originalmente se obtiene el aceite crudo, el cual mediante determinados procesos puede convertirse en: *Aceite Refinado* con fines comestibles y técnicos, *Lecitina* con fines comestibles y técnicos y otros productos como ácidos, grasos y glicerol.

1.3 Bondades Nutritivas del Grano de Soya.

Todas las leguminosas poseen gran poder nutritivo; pero el fríjol de soya contiene 40% de proteínas, el 20% más que las otras leguminosas; además posee sales minerales como calcio, fósforo, hierro y vitaminas, especialmente de clase "B".

Dado el contenido proteico del fríjol de soya, el consumo de productos derivados de esta, es una alternativa para contribuir a la solución del problema de la alimentación deficitaria de gran cantidad de la población, porque se ha comprobado que un kilo de harina de soya equivale a sesenta y ocho huevos, doce

libras de leche y dos kilos de carne, que son las fuentes nutricionales de proteínas en nuestro medio.

2. PROCESAMIENTO DEL GRANO DE SOYA.

2.1 Procesamiento

El grano de soya es sometido a diversos procesos para la elaboración de diversos productos terminados tales como: La horchata, leche, chocolate, cereal, café, etc.

2.1.1 Proceso para la elaboración de horchata de Soya

El siguiente gráfico describe el proceso de elaboración de la Horchata de Soya.⁵

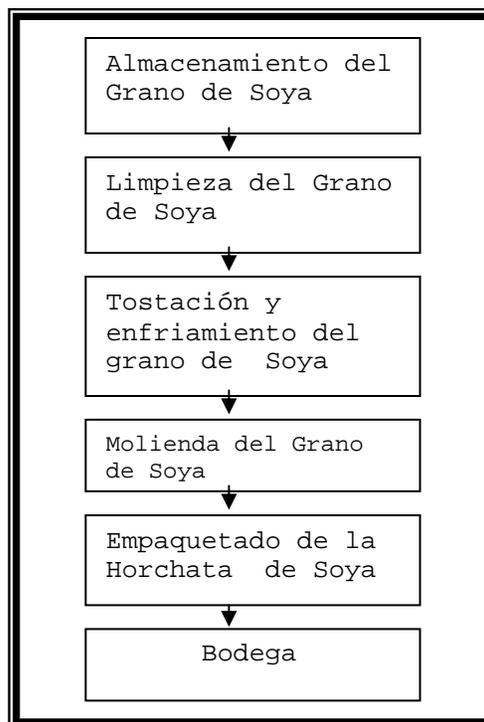


Figura No.3 Procesamiento del Grano de Soya

⁵ fuente: Sra. Martha Lidia Campos Presidenta Comité Mizata

Durante el procesamiento de los granos de soya, éstos son en primer lugar limpiados y acondicionados, después son abiertos descascarados y laminados en hojuelas de Soya. El paso siguiente consiste en extraer el aceite de soya de las hojuelas de Soya. Éstas son luego secadas, obteniéndose "hojuelas de soya desgrasadas".

2.1.2 Proceso para la elaboración de la leche de Soya

A continuación se presenta el proceso de elaboración de uno de los productos derivados de la Soya: La Leche de Soya.⁶

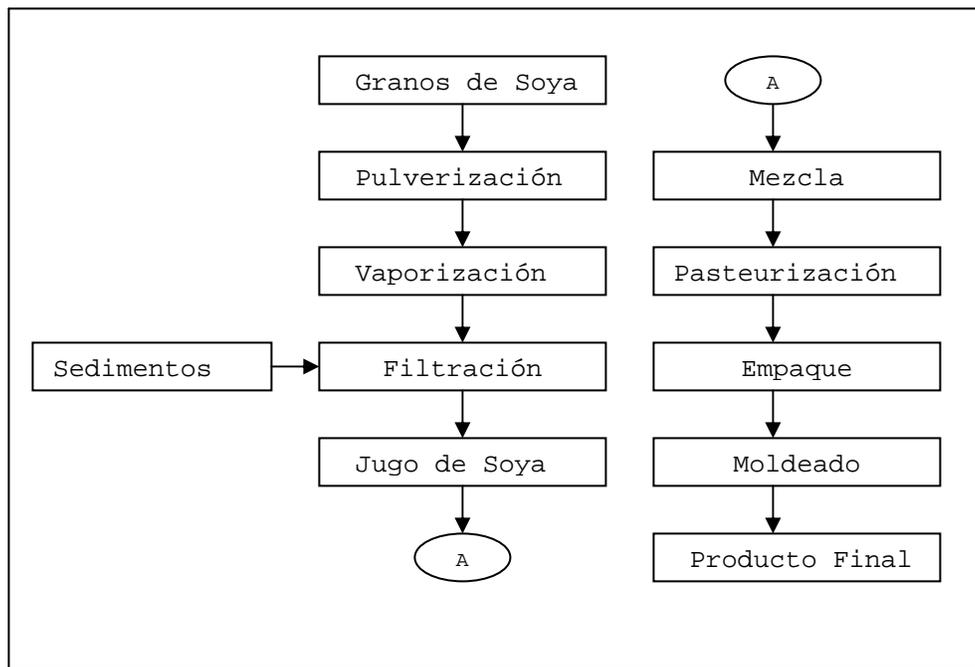


Figura No. 4 Diagrama de Flujo para la elaboración de la leche de Soya

⁶ Vasili Cerne y Jorge Sintés, La Soya, Edit. Sintés, S.A.Barcelona,1975, Pág. 23

La descripción del proceso para la elaboración de la leche de Soya es el siguiente:

1. Los granos de soya son seleccionados, lavados y remojados por aproximadamente 36 horas.

2. En este punto, el agua es reemplazada por agua fresca y los granos son lavados y remojados nuevamente en agua fresca, luego son pulverizados en una lechada.

3. Las cáscaras de los granos y alguna otra parte de los granos, que no han sido suficientemente pulverizados, son separadas de la lechada y bombeadas a una cámara presurizada, donde es calentada, mejorando el sabor de la leche de soya.

4. Los granos molidos finamente y la pulpa de los granos completamente pulverizados son separados desde la leche por una prensa filtradora. La pulpa y los residuos obtenidos de la lechada pulverizada pueden ser vendidos como alimento animal rico en proteínas, incrementando así la eficiencia y la rentabilidad para la planta de producción.

5. Azúcar y otros ingredientes son mezclados dentro del jugo filtrado, antes de ser bombeados al pasteurizado de alta temperatura (UHT) Este proceso, de esterilización de la leche y su procesamiento, mejoran el sabor.

6. Después de ser enfriada, la leche es bombeada a un tanque almacenador y de allí a una máquina rellenadora. Hay muchos tamaños y variedades de envases disponibles para el embotellamiento y empaquetamiento de la leche de soya.

7. Las cajas de leche de soya, luego son trasladadas a un almacén de refrigeración, donde ellos permanecerán hasta su comercialización.

Los requerimientos de materia prima para elaboración de la leche de soya son los siguientes: granos de soya, estabilizadores, azúcar, colorantes naturales, especias varias.

3. INDUSTRIALIZACIÓN DEL GRANO DE SOYA.

Se conceptualizará como industria de la soya a todas las empresas y organizaciones que adquieran el fríjol de la soya y sus derivados aceite, harinas, leche, chocolate, café, cereal, horchata, etc. Para someterlos a un proceso de transformación industrial y elaborar otros productos que serán destinados a su comercialización o programas de asistencia social.

En El Salvador, no existen plantas de producción especializadas en el procesamiento del grano de soya; sino que todas las actividades son realizadas artesanalmente entre estas se pueden mencionar:

- El grano es tostado en cómales de barro o planchas metálicas.
- El grano es convertido en harina en molinos que trituran cualquier tipo de grano.

3.1 Importancia de La Industrialización de La Soya En El Salvador

La soya es un generador de ingresos y empleos en los diferentes sectores de la economía y al mismo tiempo permite cubrir la deficiente producción de alimentos con alto contenido proteínico y de materia prima que requieren las industrias del país.

4. COMERCIALIZACIÓN DEL GRANO DE SOYA.

4.1 Definición

Conjunto de actividades orientadas a hacer llegar el o los producto(s) al mercado meta de forma eficiente.

La comercialización implica la planeación y puesta en práctica de los programas de producción y marketing a gran escala (combinación de cuatro elementos: producto, precio, promoción y plaza).Garantizando que los productos tengan las condiciones y organización comercial para satisfacer necesidades entre los mercados metas.

4.2 Penetración del producto

Según Kotler (1998)⁷ "La Penetración es una estrategia para el incremento de la compañía, incrementando las ventas de los productos actuales a los segmentos de mercado actual, sin cambiar el producto en ninguna forma".

Entre las estrategias que se pueden utilizar para la penetración en el mercado se pueden mencionar: invertir más en publicidad, ventas personales, exclusividad en el trato preferencial a los clientes.

4.3 Posicionamiento del Producto

El producto se ve reflejado en el mercado en relación con la competencia; por ende el consumidor es quien elige el producto o servicio según su perfección de mercadotecnia.

El posicionamiento designa la imagen de un producto en relación con otros que directamente compiten con el y con los que vende la misma compañía.

El posicionamiento de los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata estará indicada por la aceptación de dichos productos en el mercado al que va dirigido.

4.4 Elementos de la Mezcla de Marketing

⁷ Kotler, P. y Armsstrong, G. (1998). Fundamentos de Mercadotecnia. México Prentice Hall. Pág. 32

4.4.1 Producto.

Un producto es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para atraer la atención, para su adquisición, empleo o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Este incluye objetos físicos, servicios, personas, organizaciones e ideas.

De acuerdo a los atributos de los productos estos pueden ser clasificados de la siguiente manera: productos de consumo y productos industriales.

Los productos que serán elaborados por el Comité de Mujeres miembros de Mizata son productos de consumo ya que serán utilizados para el consumo propio.

4.4.2 Precio.

El precio es un elemento fundamental del producto y por ende se debe fijar de forma cautelosa debido a lo delicado que es para efectos de las ventas.

Para establecer precios se deben considerar los siguientes factores:

Factores Internos: Objetivos de la mercadotecnia de la empresa, la estrategia de la mezcla de mercadotecnia, los costos y la organización.

Factores Externos: La naturaleza del mercado y la demanda, la competencia y otros factores ambientales como la economía etc.

4.4.3 Promoción.

Es la comunicación de la información entre el vendedor y el comprador con el objeto de modificar las actitudes y el comportamiento.

Existen cinco formas de hacer promoción: Ventas personales, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y propaganda.

4.4.4 Plaza.

Se relaciona con la localización de las instalaciones comerciales y con la selección y el uso de especialistas en la actividad comercial, incluyendo en esta las empresas de transporte y almacenamiento, los mayoristas y los minoristas

4.5 Mercado Meta

El mercado para los productos alimenticios derivados de soya, lo constituyen en primera instancia toda la población, debido a la necesidad de satisfacer las necesidades alimenticias y al mismo tiempo nutrirse a un costo razonable, actualmente, uno de los productos que cubre la mayor parte de los requerimientos mínimos de la dieta alimenticia es la soya y conforme a los resultados

de pruebas gustativas que han realizado, las características físicas de estos productos fueron aceptados, mostrando la disposición a consumirlos.

4.6 Segmentación del Mercado

La segmentación del mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente los consumidores.

La importancia de la segmentación del mercado radica en que las empresas hacen un uso eficiente de sus recursos y obtienen una posición sólida en los segmentos especializados del mercado.

El mercado puede ser segmentado en dos grupos: Segmentos de consumidores finales y de empresa.

El segmento del mercado de consumidores puede ser dividido basándose en los siguientes criterios: Geográficas, demográficas, psicológicas y conductuales.

La segmentación del mercado de empresas hace uso de los siguientes criterios para su división: Ubicación del cliente, tipo de cliente y condiciones del negocio.

4.7 Estrategias.

La estrategia es un plan general de acción mediante el cual una organización busca alcanzar sus objetivos.

C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA.

1. GENERALIDADES DE LA FACTIBILIDAD DE PROYECTOS

1.1 Definición de Factibilidad y Tipos de Proyectos.

La palabra factibilidad esta íntimamente relacionada a los proyectos de inversión, por lo tanto antes de definir lo que es factibilidad, es necesario definir ¿Qué es Proyecto?, ya que el "Estudio de Factibilidad para la Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS". Es considerado como un proyecto para el cual se deberá desarrollar un estudio de factibilidad.

1.1.1 Definición de Proyectos.

"Proyecto es una tarea innovadora que involucra un conjunto ordenado de antecedentes, estudios y actividades planificadas y relacionadas entre sí, que requiere la decisión sobre el uso de recursos que apuntan a alcanzar objetivos definidos, efectuados en cierto período, en una zona geográfica delimitada y para un grupo de beneficiarios, solucionando problemas, mejorando situaciones existentes o satisfaciendo total o parcialmente una

necesidad y contribuyendo al desarrollo de un país"⁸.

En general la definición anterior señala que la importancia de un proyecto se encuentra en su finalidad como hace alusión Baca Urbina (2002) de "Satisfacer necesidades humanas".

Este estudio pretende ser un proyecto debido a que se busca determinar la viabilidad de la implementación de una planta de producción y un Plan de Comercialización que al ser ejecutadas contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las Mujeres miembros de Mizata promoviendo al mismo tiempo el desarrollo de la comunidad.

1.1.2 Tipos de Proyectos

Si el fin primordial de un proyecto es la satisfacción de necesidades humanas, habrá tipos de proyectos en función de las necesidades existentes, unos dedicados a la producción de bienes, otros dedicados a la prestación de servicios, los cuales se pueden dividir en infraestructura social e infraestructura física; para el caso del proyecto en estudio este se tipifica como industrial ya que al ponerlo en marcha este contribuirá a agilizar la elaboración de los productos derivados de la soya.

⁸ Material de apoyo a la asignatura de Formulación y evaluación de proyectos, Ing. Mauricio Alberto Rivas, Ciclo II-2004, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador

2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

Como se menciona anteriormente pueden existir varios tipos de proyectos que solucionan una o varias necesidades, " por lo que habrá que seleccionar aquellos que además de satisfacer necesidades, proporcionen el mayor beneficio o el menor costo, sea este económico, social o ambiental"⁹; el estudio de factibilidad como parte componente de la etapa de preinversión permite hacer esta evaluación, ordenando las alternativas de solución bajo ciertos criterios que permiten optimizar el uso de los recursos empleados, este ordenamiento de alternativas debe realizarse sobre la base de consulta de fuentes primarias de información individual, pero que están interrelacionadas entre sí, estos estudios según Baca Urbina (2000) son: Estudio de mercado estudio técnico, estudio económico, evaluación económica y evaluación social.

En general todo proyecto al que se realice un estudio de factibilidad debe cumplir con los estudios componentes de este, para poder llegar a recomendar la mejor alternativa de solución que satisfaga las necesidades humanas que propiciaron el estudio de factibilidad. En dicho estudio se deben de considerar las

⁹ Material de apoyo a la asignatura de Formulación y evaluación de proyectos, Ing. Mauricio Alberto Rivas, Ciclo II-2004, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador

tres fases del proyecto como son: la Preinversión, la Inversión y la Operación.

2.1 Definición de Factibilidad

La Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, la factibilidad se apoya en 3 estudios básicos: Mercado, Técnico y Económico.

El éxito de un proyecto esta determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres estudios anteriores.

El Estudio de Factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y sobre la base de ello tomar la mejor decisión, si procede su desarrollo o implementación.

En este estudio se entenderá por factibilidad a la posibilidad comprobada de ejecutar el proyecto de manera rentable ya que se juzgaran las ventajas y desventajas que presenta el destinar los recursos económicos e insumos al establecimiento de una planta procesadora y la comercialización de los productos derivados de la Soya.

3. ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO

En este estudio se hará un estudio de mercado con la finalidad de constatar si existe una necesidad insatisfecha y establecer

la cantidad de productos que podrían demandar los posibles clientes potenciales del proyecto, identificando los medios por los cuales la oferta y la demanda podrían ponerse en contacto con el mercado.

En tal sentido el estudio de mercado puede perseguir varios objetivos en función de las características de cada proyecto, así para Baca Urbina (2000)¹⁰ los objetivos generales de un estudio de mercado pueden ser:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de prestar un mejor servicio que la competencia.
- Determinar la cantidad de bienes y servicios que el mercado meta estaría dispuesto a consumir a un determinado precio y conocer los canales de distribución.

3.1 Principales Componentes de un Estudio de Mercado de Proyecto



Figura No. 5 Componentes de un Estudio de Mercado.

¹⁰ Baca Urbina, Gabriel. "Formulación y Evaluación de Proyectos" 3ª Edición, McGRAW HILL, México 2000, Pág. 30

3.2 Definición de Mercado

Son las personas u organizaciones a quienes son dirigidos los programas de comercialización, y quienes desempeñaran el papel de aceptar o de rechazar la oferta. Los mercados están conformados por clientes los cuales pueden ser una persona o un grupo, estos tienen una relación de intercambio con un individuo u organización negociante.¹¹

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

También, el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o rechazo; y las complicaciones que pueda tener un producto dentro del mercado. En este estudio se define Mercado como cualquier persona, grupo o entidad con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y deseos de gastarlo. Lo cual

¹¹ Stantón. Etzel. Walker. "Fundamentos de Marketing, 11ª Edición, McGRAW HILL, México, 2001, Pág. 5

estará compuesto por oferentes de los productos derivados de la soya y por demandantes de dichos productos.

Clases de Mercado

De conformidad con las características y la cobertura los mercados pueden ser clasificados de la siguiente manera:

CLASES	DEFINICIÓN
Mercado Total	Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
Mercado Potencial	Existencia de demanda para un bien al cual no puede satisfacer ninguna oferta existente.
Mercado Meta	Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.
Mercado Real	Representa el grupo de los consumidores al cual se ha logrado llegar, es decir los segmentos de los mercados meta que se han captado.

Cuadro No. 1: Clases de Mercado¹²

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

El estudio Técnico toma los resultados obtenidos en el estudio de mercado para determinar "todos los factores que tienen que ver con el funcionamiento y operatividad del proyecto y que se resume a ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cuánto?, ¿cómo? y ¿con qué? Se produce lo que se desea".¹³

¹² Stantón. Etzel. Walker. "Fundamentos de Marketing, 11ª Edición, McGRAW HILL, México, 2001, Pág. 64

¹³ Baca Urbina, Gabriel, "Formulación y Evaluación de Proyectos" 3ª. Edición, McGraw Hill, México 2000. Pág. 30

Para responder estas interrogantes se debe analizar los factores de localización, tamaño, ingeniería, y organización del proyecto.

4.1 Localización del Proyecto.

Con este análisis se pretende determinar donde se instalará el proyecto, de manera general, la localización debe proporcionar los mayores beneficios o los costos más bajos, considerando factores como: transporte, insumos, mano de obra, energía eléctrica.

Según el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social ILPES (1975), la localización comprende aspectos como la Macro-localización donde se analizarán factores socioeconómicos y de infraestructura en general de un país o región, y la micro localización que analiza el costo de las alternativas que se posean.

4.2 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto que puede medirse por la capacidad de procesamiento, capacidad de producción, población atendida, área geográfica de influencia, superficie del proyecto y el volumen de lo invertido. Cabe mencionar que el tamaño se ve afectado por factores del medio ambiente, que pueden ser determinantes (como la demanda y la disponibilidad de insumos) y

condicionantes (como la localización, el financiamiento, la capacidad gerencial y otros).

Una vez determinada la localización y el tamaño del proyecto, se tiene la información necesaria para el análisis de la ingeniería del proyecto, el cual proporcionará las especificaciones relevantes sobre la inversión y los costos de producción del proyecto.

4.3 Ingeniería del Proyecto

Para realizar este análisis se debe tener muy claro que se pretende con el proyecto; así para este proyecto, se pretende realizar la industrialización de los productos derivados de la soya así como su respectiva comercialización.

Para realizar este estudio de factibilidad se "deben determinar las especificaciones necesarias para el funcionamiento e instalación de la planta, describiendo el proceso de producción o prestación de servicio, la tecnología y la distribución de la planta", según Baca Urbina (2000)

Estos tres elementos están interrelacionadas entre sí, de hecho el equipo y maquinaria a utilizar debe considerarse en el proceso de producción, el cual a su vez es la base para realizar la óptima distribución de la planta (agrupamiento de la maquinaria y equipo, donde los elementos del producto recorrerán las áreas para efectuarse las operaciones correspondientes a la zona productiva) y se logra, la satisfacción del cliente brindando productos a un bajo costo.

5. ESTUDIO ECONÓMICO DEL PROYECTO.

Partiendo de los resultados obtenidos en el estudio Técnico, se debe realizar la cuantificación de los recursos necesarios para la realización del proyecto, según Baca Urbina (2000) señala que "El análisis determina el monto total de los recursos necesarios para la realización del proyecto, generando la información adecuada para la evaluación económica de la inversión total, los costos de funcionamiento y las fuentes de financiamiento".

Es necesario resaltar que el control de los costos es de vital importancia para cualquier empresa que se dedica a la fabricación de cualquier tipo de producto ya que esto servirá para determinar tanto el precio de venta como la utilidad que se desea obtener.

5.1 Inversión Total

"Comprende la determinación y programación del monto total necesario para la compra y construcción de los activos fijos y diferidos necesarios para dar inicio a las operaciones del proyecto"¹⁴, dentro de la inversión total para la construcción de la planta del proyecto en estudio se tiene que cuantificar en términos monetarios el terreno, el equipo, tecnología y el mobiliario.

5.2 Costos de Producción

Fabricar es transformar insumos para la producción de bienes o servicios. La fabricación es un proceso de transformación que demanda un conjunto de bienes y prestaciones, denominados elementos, y son las partes con las que se elabora un producto o servicio.

En cuanto al proceso de Industrialización de los productos derivados del grano de soya se debe de tomar en cuenta los costos en que se incurrirá para su producción como son: Materia Prima, Mano de obra directa, Gastos indirectos de fabricación.

¹⁴ Carcamo Mejia, Karla Magdoly y otros," Estudio de Factibilidad para la construcción de un Infocentro en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador" Pág.23.

5.3 Depreciación y Amortización

La depreciación corresponde al reconocimiento de "gastos" originados en la obsolescencia y/o deterioro de los bienes de activo fijo. La amortización corresponde a la eliminación, con efecto en resultados, de cualquier monto a través de un período determinado de tiempo, como por ejemplo, la amortización de la activación de un activo intangible.

Los cargos de depreciación y amortización sólo tienen sentido determinarlos cuando se pagan impuestos, pues es una forma legal de recuperar la inversión y de pagar menos impuestos. De acuerdo al proyecto de Estudio de Factibilidad para la Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la Soya, según una entrevista realizada a la Lic. Maurim Figueroa de CONFRAS manifestaba que el terreno donde se pretende localizar la planta será financiado por una Fundación de Desarrollo Económico y Social (CORDES) y el impuesto que se pagaría sería únicamente el que la Alcaldía exige que en este caso el pago respectivo que se hará en la Alcaldía de Teotepeque.

5.4 Capital de Trabajo del Proyecto

El capital de trabajo puede definirse como "la diferencia que se presenta entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa". Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus

pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.

5.5 Fuentes de Financiamiento del Proyecto

Las fuentes de financiamiento en un proyecto, implica de donde se van a obtener los recursos monetarios para el financiamiento de la inversión inicial y los costos de producción del proyecto; la importancia de conocer las fuentes de financiamiento radica en saber el origen y la seguridad de los fondos, así como el determinar, si el financiamiento generará algún costo financiero al proyecto.

Las fuentes de financiamiento se pueden clasificar según su origen en: internas y externas. Las internas: son aquellas que provienen de los recursos propios del dueño del proyecto; y las externas: son aquellas en las que los recursos que financian el proyecto, provienen de una fuente distinta al dueño del proyecto. Por ejemplo las donaciones y los bancos Comerciales.

Es necesario señalar que para el proyecto en estudio las fuentes de financiamiento representa uno de los factores determinantes de su factibilidad, debiendo cubrir no solo la inversión inicial si no además los costos de operación generados, ya que,

constituye un proyecto de desarrollo comunal en donde sus beneficiarias son mujeres de escasos recursos económicos residentes en el área rural de Teotepeque.

5.6 Evaluación Económica del Proyecto.

Una vez realizado el estudio Económico del proyecto se deben aplicar los métodos matemáticos - financieros de evaluación los cuales constituyen una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Dichos métodos se detallan a continuación:

5.6.1 Método del Valor Presente Neto (VPN)

El método del Valor Presente Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a dólares de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VPN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente. Esto indica que se estará ganando solo la tasa de descuento aplicada, o costos de capital y el

proyecto deberá aceptarse con este criterio ya que se estará ganando lo mínimo fijado como rendimiento.

5.6.2 Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este método consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. El criterio de aceptación que emplea este método de la TIR: si ésta es mayor que la tasa de descuento o costo de oportunidad, se acepta el proyecto, es decir el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA ELABORADOS POR EL COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA AFILIADAS A CONFRAS

A. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La elaboración de un diagnóstico de la situación actual se centra en la necesidad de identificar la existencia de demanda potencial insatisfecha para productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata en el Municipio de Teotepeque.

En este estudio se entenderá como demanda potencial insatisfecha a la cantidad de productos derivados de la soya que el mercado consumirá en los años futuros sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones sobre las cuales se hará el cálculo.

1. PROBLEMA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

¿En qué medida la existencia de demanda potencial insatisfecha para los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS permitirá determinar la Factibilidad de mercado para la Industrialización y Comercialización de estos productos?.

2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿En qué medida los datos históricos de demanda de consumo para los productos derivados de la soya contribuirán a establecer pronósticos de demanda para estos productos?

¿En qué medida conocer las características, gustos y preferencias de los compradores potenciales para los productos derivados de la soya contribuirá a la elaboración de una mezcla efectiva de mercadotecnia?

¿En qué medida el conocer cuales productos derivados de la Soya tendrán más aceptación o demanda permitirá establecer prioridades de producción?

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. OBJETIVO GENERAL

Conocer la existencia de demanda potencial insatisfecha para los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS para determinar la factibilidad de mercado para la industrialización y comercialización de estos productos.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 2.1 Conocer los datos históricos de demanda de consumo para los productos derivados de la Soya que contribuyan a establecer pronósticos de demanda de estos productos.
- 2.2 Identificar las características, gustos y preferencias de los compradores potenciales para los productos derivados de la soya para la elaboración de una mezcla efectiva de mercadotecnia
- 2.3 Conocer cuales productos derivados de la Soya tendrán más aceptación o demanda en el Municipio de Teotepeque para establecer prioridades de producción.

C. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1. HIPÓTESIS GENERAL

La existencia de demanda potencial insatisfecha para los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS permitirá determinar la Factibilidad de mercado para la Industrialización y Comercialización de estos productos.

2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

2.1 Los datos históricos de demanda de consumo para los productos derivados de la soya contribuirán a establecer pronósticos de demanda para estos productos

2.2 Las características, gustos y preferencias de los compradores potenciales para los productos derivados de la soya ayudarán a la elaboración de una mezcla efectiva de mercadotecnia.

2.4 Al conocer cuales productos derivados de la Soya tienen más aceptación o demanda permitirá establecer prioridades de producción.

D. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de un diagnóstico de la Situación actual para la Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS dará las pautas para conocer los diferentes aspectos de mercado tales como:

- Ratificación de la existencia de demanda potencial insatisfecha.
- Características gustos y preferencias de la demanda potencial insatisfecha.
- Establecer proyecciones de la oferta para los productos derivados de la soya.
- Identificar la ubicación en donde los posibles compradores de los productos derivados de la soya desean que se vendan dichos productos.
- Establecer un precio que se adapte al nivel de ingreso de los compradores potenciales.
- Diseñar un producto que satisfaga las necesidades de los compradores potenciales.
- Establecer un programa promocional orientado al perfil de los compradores potenciales.
- Conocer la variedad de productos derivados de la soya que tendrán mayor demanda en el Municipio.

E. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación se baso por medio de la aplicación del método científico; el cual sigue un proceso lógico y esquematizado permitiendo solucionar un problema emitiendo un juicio.

El tipo de investigación que se aplicó para efectos de este estudio es descriptiva ya que especifica las características importantes de posibles compradores de los productos derivados de la soya, así como las características de los oferentes de dichos productos.

En la investigación se hizo uso de las siguientes técnicas: la encuesta, la observación directa y la entrevista. Estas a su vez hizo uso de los siguientes instrumentos: Cuestionario y la cedula de entrevista. Por medio de estos instrumentos se recolectaron los datos primarios.

Posteriormente, la información secundaria obtenida a través de diferentes instituciones tales como: DIGESTIC, CENTA, CONFRAS, Ministerio de Economía. También de otras fuentes tales como: Libros, Tesis, WebSites y otros documentos que proporcionen información bibliográfica necesaria que pueda servir de base para la investigación.

Con el desarrollo de la metodología de la investigación se logro detallar en una forma específica, los resultados que se obtuvieron de la investigación bibliográfica y de campo que se llevo a cabo, con el objetivo de determinar la existencia de demanda potencial insatisfecha que justifique la inversión en la Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la soya.

1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

El método científico es uno de los sistemas utilizados para el proceso de toma de decisiones el cual por medio de un proceso lógico y esquematizado permite solucionar un problema emitiendo un juicio¹⁵

Con la aplicación del Método Científico en esta investigación de Mercado se dio respuesta a las siguientes interrogantes ¿Existe o no demanda potencial insatisfecha? así como también ¿Determinar si es viable la industrialización de los productos derivados de la soya en el Municipio de Teotepeque? Y de esta manera, proponer o desechar la ejecución de este proyecto. Debido a ello la información que se genere deberá ser consistente y confiable. Es decir que dicha información no ha sido manipulada deliberadamente.

Este estudio conllevó al desarrollo sistemático de las siguientes fases: Percepción del problema, Formulación y Comprobación de Hipótesis.

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizó para efectos de este estudio es de tipo descriptiva ya que se busco especificar las propiedades, características y los perfiles importantes de

¹⁵ Jany José Nicolás. "Investigación Integral de Mercado". 2ª Edic. McGraw Hill. Colombia 2001. Pág. 88

personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

3. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información fueron el cuestionario y la guía de entrevista.

a. El Cuestionario

Este instrumento se diseñó con el propósito de recolectar la información que permita conocer la existencia de demanda potencial insatisfecha de los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata.

Así mismo se analizaron las ventajas y desventajas que tienen los actuales oferentes de estos productos mediante el uso de este instrumento.

El cuestionario estuvo estructurado en dos partes; una que es la parte de identificación del encuestado y en la segunda los datos generales de la encuesta.

b. Guía de entrevista

La entrevista fue diseñada para recolectar la información de apoyo a la investigación de campo, con el propósito de conocer más de cerca la forma de operar del Comité.

Fueron sujetos de entrevista diferentes miembros del área administrativa de CONFRAS con el fin de obtener datos de la situación económica, comercial, legal y operacional del rubro de producción de los productos derivados de la Soya.

Dicha guía de entrevista estuvo diseñada con preguntas abiertas previamente elaboradas para obtener la información básica para efectuar el análisis situacional actual, que sirva de base para hacer las recomendaciones respectivas.

4. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos primarios fueron las siguientes: La encuesta, La observación directa y La entrevistas.

4.1 La Encuesta.

La encuesta fue desarrollada a través de un cuestionario compuesto por preguntas de opciones múltiples y dicotómicas el cual fue dirigido a un porcentaje representativo de la población total del Municipio de Teotepeque, departamento de La Libertad.

4.2 La observación Directa

La observación directa se llevo a cabo al momento de entrevistar una persona percibiendo por medio de esta la aceptación o rechazo hacia los productos derivados de la soya.

4.3 La Entrevista

Se realizaron entrevistas personales a la Coordinadora del Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS, a las Mujeres miembros del Comité y otros residentes del Municipio de Teotepeque haciendo uso del instrumento de guía de entrevista que se diseño para recolectar información acerca del funcionamiento del Comité.

5. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA

a. Universo

En la realización de este estudio el universo estuvo conformado por la cantidad de familias residentes en el Municipio de Teotepeque, el cual ha sido calculado considerando un núcleo familiar compuesto por cinco personas (esto se determinó a través de entrevistas y observación hechas en el Municipio), tomando como base un total de 12,177 habitantes en dicho Municipio. Siendo sujeto de investigación un miembro por familia (hombre o mujer) con capacidad de compra, dando como resultado 2,435 familias que constituyeron el universo.

Los cantones que conforman el Municipio de Teotepeque son los siguientes: El Ángel, Los Izotes, El Matazano, El Níspero, Mizata, San Benito, San Isidro, San Marcos, Santa María y Sihuapilapa.

b. *Muestra*

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula estadística para Universo Finito:

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

En donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Universo o población (2,435 familias)

Z: Valor crítico del Nivel de Confianza (94% = 1.885)

P: Probabilidad a favor de la investigación(0.75)

Q: Probabilidad en contra de la investigación (0.25)

E: Error de estimación (0.06)

$$n = \frac{(1.885)^2 (0.75) (0.25) (2,435)}{(2,435 - 1) (0.06)^2 + (1.885)^2 (0.75)(0.25)}$$

n = 172 familias.

La probabilidad a favor se estableció mediante una prueba cualitativa realizada. Del 100% de las personas entrevistadas el 75% manifestó que consume los productos derivados de la soya que se producen en Mizata y el 25% no consume estos productos.

c. Distribución de la muestra en el Municipio de Teotepeque.

Para dar cobertura a todo el Municipio de Teotepeque, se realizó la siguiente distribución de encuestas.

El total de la muestra es de 172 de donde se calculó el porcentaje de conformidad al número de caseríos de cada cantón por medio de una regla de tres simple, de tal forma que los encuestas trazadas sean representativas a la densidad poblacional de cada cantón así:

CANTONES	PORCENTAJE	MUESTRA
El Ángel	13%	23
Los Izotes	6%	10
El Matazano	10%	17
El Nispero	13%	23
Mizata	16%	28
San Benito	6%	10
San Isidro	6%	10
Santa Maria	10%	17
San Marcos	10%	17
Sihuapilapa	10%	17
TOTAL	100%	172

Cuadro No. 2 Distribución de la muestra por Cantones.

6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

La información recolectada de los diferentes instrumentos (cuestionario dirigido hacia los clientes y guía de preguntas realizada tanto al Comité de Mujeres de Mizata como a personal de CONFRAS), se sintetizó en cuadros que muestran la distribución de frecuencias absolutas y porcentajes de las respuestas obtenidas en cada pregunta; así mismo también se detalló la pregunta como también el objetivo que se perseguía con esta y se hizo un breve comentario sobre los resultados para el cual se utilizó la estadística descriptiva explorando cada variable (Ver anexo 1).

En cuanto al manejo de la agrupación, tabulación y análisis de los datos éste fue efectuado por orden de pregunta. Después de la tabulación y elaboración de los comentarios de los datos recolectados en la investigación, se presentaron los hallazgos obtenidos los cuales sirvieron para plantear las conclusiones acerca del estudio y brindar las recomendaciones correspondientes.

7. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

7.1 Análisis de la Demanda

Con el diagnóstico realizado por medio del trabajo de campo se determinó que un 78% de la población encuestada consume

actualmente productos derivados de la soya y solamente un 22% no los esta consumiendo. (Ver en la encuesta la pregunta No.1)

Al interrogar al 22% que no consume, si les gustaría consumir productos derivados de la Soya el 100% manifestó que si. (Ver en la encuesta la pregunta No. 2). Siendo el café el producto que tiene mayor aceptación en la zona con un porcentaje del 39%, lo cual fue ratificado por una de las mujeres miembros del Comité; seguido por la horchata con un 37%; el chocolate con un 16% y finalmente el cereal con un 8% de aceptación. (Ver en la encuesta la pregunta No. 3)

Por otra parte al preguntar al 78% que si consumen, cual de los productos derivados de la soya compra; el 47% manifestó que el Café; el 26% menciona que el chocolate, un 18% mencionó la horchata, y únicamente el 9% dijo comprar cereal. (Ver en la encuesta la pregunta No. 4).

Con la investigación se pudo constatar que solo un 67% tiene conocimiento de los beneficios alimenticios mientras que un 33% no los conoce. (Ver en la encuesta la pregunta No. 5).

Cuando se interrogo al 100% de la población objeto de estudio acerca de la frecuencia con que compran productos derivados de Soya como el chocolate, la horchata, cereal y el café, (Ver en la encuesta la pregunta No. 6), estos manifestaron que diariamente un 52% compran estos productos distribuidos así: un 37% café, un 7% chocolate, el 4% horchata y un 4% el cereal.

Semanalmente un 35% manifiesta comprar los productos distribuidos de la siguiente manera: un 14% chocolate, un 12% mencionó la horchata, un 6% café y un 3% dijo comprar cereal. Mensualmente el 6% compra estos productos distribuidos así: un 4% chocolate, el 3% manifiesta comprar café, el 1% horchata y en igual proporción el cereal. Finalmente un 3% realiza la compra de estos productos anualmente distribuidos así: un 1% horchata, otro 1% café y un 1% cereal. Asimismo se observó que las horas de mayor concurrencia para la venta de los productos derivados de la soya es entre las 9:00 a.m. a 12:00 m., lo cual fue constatado por un miembro del Comité.

La cantidad en que compran el chocolate, la horchata, el cereal y el café representada en rangos (Ver en la encuesta la pregunta No.7) de 0-5 libras son las siguientes un 45% corresponde al café, un 17% al chocolate, el 15% a la horchata y un 6% al cereal. Entre los rangos de 5-10 libras el chocolate posee un 3%, la horchata un 3%, el café un 2% y el cereal otro 3%. En el rango que oscila entre 10-15 el 5% corresponden al chocolate, un 1% al café y en igual proporción el cereal. Al entrevistar a una mujer miembro del Comité respecto a los niveles de producción promedios mensuales manifestó lo siguiente: Café 657 libras, Chocolate 118 libras, Horchata 118 libras y Cereal 80 libras. Además mencionó que los productos derivados de la Soya los venden por libras y medias libras.

Al evaluar los precios que la población paga por estos productos entre el rango de \$ 1.00 - \$ 1.50 (Ver encuesta pregunta No. 8) un 22% dijo comprar chocolate a esos precios, un 15% café, un 11% horchata y solamente un 5% manifestó comprar cereal a esos precios.

Al analizar el rango de \$ 1.51 - \$2.00 el 30% menciona comprar el café, un 6% manifiesta comprar horchata, un 3% cereal, y solamente un 3% dijo comprar chocolate.

Entre el rango de \$2.01 - \$2.50 solamente se encuentra el café con un 5% de la población encuestada. Según un miembro del Comité los precios se establecen conforme a los costos de producción siendo el producto más rentable el chocolate. Siendo el costo del frijol de soya de \$0.50 por libra.

Con el objetivo de evaluar aún más a la población que no esta consumiendo los productos derivados de la soya pero que si les gustaría consumirlos respecto a la frecuencia en que comprarían dichos productos estos respondieron de la siguiente manera: (Ver encuesta pregunta No.9) Diariamente café el 23%, chocolate el 13%, el 8% horchata y el 3% cereal. Semanalmente un 23% menciona que compraría horchata, un 10% café, un 3% chocolate y finalmente un 3% compraría cereal.

Mensualmente el café sería el producto que comprarían con mayor frecuencia con un 5%, la horchata con un 3% y el cereal con un

3%. Mientras que el único producto que comprarían anualmente sería la horchata con un 3%.

En relación a la cantidad en que comprarían los productos derivados de la soya en el rango que esta entre 0-5 libras (Ver en la encuesta la pregunta No. 10) un 34% dijo horchata, el 26% café, un 13% chocolate y cereal un 8%. Sin embargo, entre el rango de 5-10 libras un 13% mencionó que el producto que en mayor cantidad compraría sería el café, seguidamente la horchata con un 3%, posteriormente el chocolate con un 3%. Mediante la entrevista se pudo constatar que el Café es el producto derivado de la Soya que más venden.

En relación a la existencia de oferentes en el lugar se pudo constatar que los únicos oferentes de los productos derivados de la Soya en el lugar son las mujeres miembros del Comité de Mizata, según los datos obtenidos mediante la encuesta realizada y específicamente en la pregunta No. 19 de la encuesta, en donde del 100% de personas encuestadas un 78% dijo conocer entre 1 a 3 oferentes de los productos derivados de la Soya y solamente un 22% mencionó no conocer a ningún oferente.

Sin embargo, cuando se les interrogo respecto a los nombres de los oferentes el único nombre que mencionaron fueron los de las mujeres miembros del comité de Mizata. .(Según pregunta No. 20 de la encuesta).

Al evaluar, la existencia de preferencia por algún oferente de los productos derivados de la Soya se comprobó que un 63% si tiene y un 37% menciona no tenerla. Sin embargo, esta preferencia podría interpretarse como una preferencia por algún miembro del comité de Mizata; ya que estos son los únicos oferentes en el lugar. (Según pregunta No. 12 de la encuesta).

7.2 Proyección De La Demanda Para Los Productos Derivados de La Soya elaborados por El Comité de Mujeres Miembros de Mizata

El Método estadístico para la proyección de la demanda utilizado en esta investigación es el Método de los Mínimos cuadrados en el cual se hizo uso de los datos históricos de Ventas proporcionados por algunos miembros del Comité de Mujeres de Mizata desde el 2002 a la fecha.

Considerando los siguientes aspectos:

- La mejor forma de representar el comportamiento de las ventas es a través del método de los mínimos cuadrados, ya que este hace un análisis de regresión que trata de las dependencias de las variables explicativas con el objetivo de estimar o predecir la media o valor promedio poblacional de la variable dependiente en termino de valores conocidos o fijos de la variable explicativas. A través del método de los mínimos cuadrados se determinó la recta que se ajusta de manera

adecuada al comportamiento que tendrá las ventas durante los próximos cinco años.

- El Comportamiento de la demanda será en forma creciente durante los primeros 6 meses; y tendrá un decrecimiento a partir del séptimo mes. La demanda se comporta así en esta zona debido a que a partir de julio las personas que cultivan soya obtienen sus cosechas y ellas mismas elaboran sus productos.

La proyección de la demanda para el año 2006 se realizó en base a la información obtenida a través de la encuesta.

Para una mayor comprensión se presentan las proyecciones de la demanda correspondientes al Café, Chocolate, Horchata y Cereal del 2006 al 2010.

DATOS HISTORICOS DE DEMANDA DE CONSUMO DE LOS PRODUCTOS

DERIVADOS DE LA SOYA

MES	AÑO 2005	AÑO 2006
ENERO	1,013	1,215
FEBRERO	1,060	1,272
MARZO	1,100	1,320
ABRIL	1,195	1,434
MAYO	1,238	1,485
JUNIO	1,313	1,576
JULIO	1,089	1,307
AGOSTO	1,104	1,325
SEPTIEMBRE	1,148	1,378
OCTUBRE	1,173	1,407
NOVIEMBRE	1,219	1,463
DICIEMBRE	1,678	2,014
TOTAL	14,330	17,196

PROYECCIONES DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA

AÑO	CAFÉ (Miles de Libras)	CHOCOLATE (Miles de Libras)	HORCHATA (Miles de Libras)	CEREAL (Miles de Libras)
2006	10,078	4,122	1,791	1,205
2007	10,025	4,107	1,798	1,174
2008	11,002	4,393	1,979	1,265
2009	11,979	4,679	2,160	1,356
2010	12,955	4,964	2,342	1,447

DEL 2006 AL 2010

Nota: Los datos que contiene el cuadro anterior son proyecciones de demanda de consumo para los cuatro productos.

7.3 Análisis de la Oferta.

Los oferentes de los productos derivados de la Soya en el Municipio de Teotepique están constituidos por los Miembros del Comité de Mizata afiliadas a CONFRAS. Esto se pudo determinar mediante la encuesta (Ver en la encuesta la pregunta No. 20) ya que cuando se interrogó a las personas respecto ha que si conocían los nombres de los oferentes todas las personas objeto de estudio mencionaron a los Miembros del Comité de Mizata.

Es importante mencionar que a través de una entrevista realizada a los productores se determinó que el producto es comercializado también a través de los diferentes Federaciones pertenecientes a CONFRAS. Además estos productos también son comercializados en la Zona Oriental del país.

Actualmente la elaboración de estos productos es de forma artesanal ya que los instrumentos utilizados son cónales de

barro y molinos que trituran todo tipo de grano lo cual no permite tener una producción con calidad ya que la harina muchas veces no se obtiene con los estándares de calidad deseados.

Bolsas resulta ser el envoltorio que más se utiliza para la venta de los diferentes productos de soya, y sobre todo bolsas de plástico pues de acuerdo a los entrevistados son más prácticas tanto para el vendedor como para el consumidor, y les resulta un envoltorio que no incrementa mucho sus costos.

7.4 Análisis de la Comercialización

Al analizar las actividades de comercialización que actualmente se realizan en el Municipio de Teotepeque se determinó que en cuanto al precio que actualmente los consumidores están pagando por el Chocolate, Horchata y Cereal de Soya este oscila entre \$1 y \$1.50 de dólar por libra. (Ver encuesta pregunta No. 8). A excepción del café en donde un 30% mencionó comprarlo entre un \$1.51 a \$2.00. De acuerdo a la entrevista hecha ha algunos consumidores se pudo determinar que para ellos los precios son accesibles y por lo tanto están de acuerdo con ellos.

Además, al analizar los aspectos que las personas evalúan al momento de comprar un producto alimenticio un 59% denoto que el aspecto más importante es el precio, no así un 29.65% mencionó que era el gusto, otro 8% dijo que el color, un 2% manifiesta que la presentación y el 1% manifiesta que todas las anteriores

comprendiendo en este aspecto el color, precio, presentación, contenido y especificación técnica.(Ver en la encuesta la pregunta No. 11).

Por otra parte se pudo observar que los productos son vendidos en bolsas plásticas, sin ninguna marca que las distinga y sin ningún tipo de descripción del producto y su correspondiente uso.

En relación a las actividades de promoción que realiza el Comité de Mujeres de Mizata se determinó que si se han realizado actividades para dar a conocer sus productos, pues un 78% de las personas encuestadas conocen entre 1 a 3 oferentes de estos productos.

También, para las personas encuestadas el mejor medio publicitario para dar a conocer un producto en su cantón es a través de la realización de una feria en la que se pueda dar a degustar y a conocer dichos productos, según un 54%, seguido de un 27% que considera que por medio de hojas volantes, un 16% manifiesta que a través del perifoneo y un porcentaje mínimo considera que por medio de la transmisión en una radio emisora local 2%(Ver en la encuesta la pregunta No. 17).

También, la población objeto de estudio manifiesta que el tipo de promoción de mayor interés para ellos es que se les proporcione más producto por su compra con un 47%, mientras un 18% mencionó que le interesa obtener precios especiales por

compras frecuentes, al 17% de la población le gusta que le brinden descuentos por compra, frecuente, seguido por el 13% a la que le gusta que le proporcionen regalos por la compra, el 5% considera que son importantes todas las anteriores.

Se pudo observar que no existe un lugar específicamente para la venta de los productos si no que se venden en las casas de los miembros del Comité.

Finalmente, al analizar el último elemento de la mezcla de mercadotecnia, la plaza, se constato que las personas encuestadas si conocen los lugares donde se venden los productos derivados de la Soya, según un 78% a excepción de un 22% que mencionó no conocer los lugares donde se distribuyen.(Ver en la encuesta la pregunta No.13).

Mientras tanto, a la población le gustaría comprar dichos productos en tiendas minoristas y ventas ambulantes con un 59%, y un 41% respectivamente.(Según pregunta No. 14 de la encuesta). Y de preferencia se instalará un punto de distribución para los productos derivados de la Soya en el cantón Mizata. A través de la entrevista se constató que existe un terreno aledaño al lugar donde realizan sus reuniones periódicas, donde se les brindan oportunidades para adquirirlo y el cual consta de los servicios básicos necesarios.

Al evaluar la alternativa ¿qué esperarían los consumidores de los lugares donde se vendieran los productos derivados de la

soya? un 56% mencionó que se les de precios bajos; otro 18% considera que la existencia de productos; seguidamente de un 15% dijo que exista variedad, el 8% que exista orden y aseo en las instalaciones; otro 2% que se les brinde buen servicio al momento de efectuar sus compras.(Esto según datos obtenidos en la pregunta No. 16 de la encuesta).

Mediante la entrevista hecha ha algunos demandantes de los productos derivados de la soya se constato que en algunas ocasiones no han encontrado la cantidad de productos que necesitan, específicamente por la tarde ya en su mayoría se venden por la mañana; además les gustaría consumir otros productos como leche de soya. Asimismo para los consumidores la atención que se les brinda es regularmente buena.

Por otra parte al interrogar a las Mujeres miembros del Comité de Mizata si existe alguna institución que les brinde apoyo económico ellas afirmaron que si mencionando el nombre de la Institución CORDES y que reciben apoyo en cuanto a capacitaciones de parte de CONFRAS.

8. Conclusiones y Recomendaciones

8.1 Conclusiones

1. En el estudio de mercado se determinó que los productos derivados de la Soya tienen demanda en el Municipio de Teotepeque.
2. Los compradores actuales de los productos derivados de la Soya son en su mayoría mujeres entre edades de 26 a 45 años cuyos ingresos mensuales oscilan entre \$200 a \$250 dólares mensuales.
3. Los requisitos que deben tener los lugares donde se ofrezcan productos derivados de la soya para garantizar la satisfacción del cliente son las siguientes: precios bajos, existencia de productos, variedad, orden y aseo de las instalaciones, y un buen servicio al cliente.
4. Para los residentes del lugar lo más importante para dar a conocer un producto es a través de la realización de ferias en las que se brinden degustaciones de los productos derivados de la soya.

5. El tipo de promoción de mayor interés para los actuales y futuros compradores es el que se les proporcione más productos por sus compras, precios especiales por compra frecuentes, descuentos por compras, y regalos por la compra.

6. En cuanto a los aspectos que evalúan los residentes del lugar al momento de adquirir un producto alimenticio es el precio, el gusto, el color, la presentación, contenido y especificaciones técnicas.

7. Los productos derivados de la soya que tienen mayor aceptación o demanda en el Municipio de Teotepeque es en primer lugar el café, en segundo lugar el chocolate, en tercer lugar la horchata y finalmente el cereal; preferentemente en presentaciones de libra y con empaque hermético, higiénico y sencillo. El período en el que la mayoría lo compra es diariamente.

8.2 Recomendaciones

1. Es recomendable la industrialización de los productos derivados de la soya ya que si se siguen elaborando de forma artesanal no se podrá cubrir la demanda para los próximos cinco años.
2. Se recomienda al Comité de Mujeres de Mizata que para elaborar una mezcla precisa de mercadotecnia tome en consideración los siguientes aspectos:
 - El mercado actual para los productos derivados de la Soya son en su mayoría mujeres, entre la edad de 26 a 45 años, con niveles de ingreso familiar entre los \$ 200.00 a \$250.00 mensuales.
 - Cuidar que sus productos posean un precio competitivo en el mercado (más bajo que los de su competencia y manteniendo la calidad de sus productos).
 - Un medio efectivo para realizar las actividades de publicidad es la realización de ferias que podrían desarrollarse en las principales plazas de cada cantón. Ya que se tendría la ventaja de dar a degustar los productos

derivados de la Soya, y explicar el contenido nutritivo que ofrecen estos productos.

3. Se recomienda que para complementar la publicidad y facilitar el trabajo de los intermediarios hacer uso de los siguientes tipos de promoción: proporcionar más producto por sus compras, descuentos por compras, regalos por compras y precios especiales a clientes frecuentes.
4. Se recomienda que durante el proceso de fabricación se cuide de los siguientes aspectos: color, gusto y contenido. Así mismo que estos cuenten con una buena presentación y las especificaciones técnicas de fabricación.
5. Basado en lo anterior se cree conveniente establecer prioridades de producción de la siguiente manera: Café, Chocolate, Horchata y Cereal de Soya. Vender los productos en empaques herméticos, higiénicos y sencillos.

CAPÍTULO III

PROPUESTA PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA ELABORADOS POR EL COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA AFILIADAS A LA CONFEDERACIÓN DE FEDERACIONES DE LA REFORMA AGRARIA SALVADOREÑA (CONFRAS).

A. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta para la Industrialización y comercialización de los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata Afiliadas a la Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña(CONFRAS).

2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un plan de comercialización a corto plazo en donde se diseñe una mezcla de los elementos del marketing de acuerdo a las características del mercado meta.

- Elaborar un estudio técnico que permita determinar los requerimientos de maquinaria y equipo para la operatividad del proyecto.
- Elaborar un estudio económico que permita determinar las necesidades en términos monetarios que requerirá el proyecto de Industrialización y Comercialización de los productos derivados de la Soya

B. PROPUESTA DE UN PLAN DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA.

1. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

- Proporcionar a las Mujeres miembros del Comité de Mizata un Plan de Mercado que les permita orientar sus esfuerzos hacia el cumplimiento de las metas establecidas.
- Presentar de forma sencilla el conjunto de actividades a realizar con su respectiva calendarización para garantizar que estas sean comprendidas por los miembros del Comité y se realicen en el tiempo oportuno.
- Formular estrategias que les permita ganar nuevos mercados en otras zonas del país.

2. JUSTIFICACIÓN

La existencia de un mercado potencial insatisfecho para los productos a base de soya fue el principal objetivo que se logra confirmar a través de la investigación de campo. A lo cual se le suma que el Comité de Mujeres Miembros de Mizata a realizado poco esfuerzo encaminado a la comercialización de sus productos. Razón por la cual se reviste de importancia elaborar un Plan de Mercado que les permita administrar sus recursos para satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta y que como empresa logren cumplir los objetivos establecidos.

3. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

El Comité de Mujeres miembros de Mizata forma parte de la Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria salvadoreña (CONFRAS) la cual busca crear condiciones de trabajo para las mujeres de zonas rurales del país.

Dicho Comité se especializa en la elaboración de 4 productos a base de soya: café, horchata, chocolate y cereal, las cuales venden sus productos en los diferentes cantones del Municipio de Teotepeque y también a través de promotores a otras federaciones que las apoyan consumiendo sus productos.

4. VALORES

Los valores que deben de practicar las Mujeres miembros del Comité de Mizata para que logren desempeñarse de una forma eficaz y eficiente se detallan a continuación.

- TRABAJO EN EQUIPO. Deben de realizar sus labores en forma conjunta para obtener la máxima eficiencia con el menor esfuerzo posible.
- CALIDAD. Garantizar el peso exacto de los productos y al mismo tiempo brindar un producto libre de sustancias artificiales y agentes conservadores químicos. Indicando además la respectiva fecha de fabricación y vencimiento.
- EFICIENCIA. Optimizar el uso de los recursos disponibles para alcanzar con calidad los objetivos deseados.
- RESPONSABILIDAD. Cumplir puntualmente con los compromisos y obligaciones que se adquieran de acuerdo a los requerimientos del Comité.
- LEALTAD. Trabajar con fidelidad en el Comité, siendo más eficientes en un ambiente de mutuo respeto.

5. FILOSOFIA EMPRESARIAL PROPUESTA

A continuación se presenta la misión y la visión propuesta para el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS que ayude a fortalecer el mercado de los productos derivados de la soya, así

mismo se presentan los objetivos de venta que expresan hasta donde se quieren desarrollar en el mercado.

5.1 MISIÓN

Producir y comercializar productos derivados de Soya con calidad y con el compromiso de satisfacer las necesidades de los pobladores del Municipio de Teotepeque operando dentro de un marco de trabajo en equipo, con eficiencia y responsabilidad social.

5.2 VISIÓN

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de productos derivados de la soya en el mercado occidental ofreciendo productos de calidad a un precio accesible a los consumidores.

5.3 OBJETIVOS DE VENTAS.

- Penetrar en el mercado potencial, a través del ofrecimiento de productos de calidad.
- Controlar los costos de los productos derivados de la Soya que actualmente están ofreciendo las Mujeres miembros del Comité de Mizata para establecer precios accesibles a los consumidores y tener un mayor posicionamiento en el mercado.

- Dar a conocer los productos derivados de la Soya producidos por el Comité de Mujeres de Mizata, al mercado meta a través de un plan publicitario.
- Generar un mayor nivel de posicionamiento en la mente de los clientes mediante el establecimiento de planes promocionales.
- Conservar el mercado actual mediante el mantenimiento de la satisfacción de los clientes.

5.4 METAS DE VENTAS

- Lograr el posicionamiento de los productos a base de soya en un 70% en el mercado potencial de acuerdo al impacto que tendrá haciendo uso de los medios publicitario de mayor aceptación en el Municipio de Teotepeque
- Mantener un registro de los costos unitarios por producto en los cuales se incurre para su elaboración cada tres meses.
- Incrementar las ventas de los productos derivados de la Soya en un 20% cada año a través de la realización de ferias y otros mecanismos publicitarios, dicho porcentaje

se ha estimado considerando el ritmo de crecimiento de los años anteriores.

- Elaborar productos que cumpla en un 100% con las Normas de Higiene exigidas por el Ministerio de Salud.
- Mantener en un 100% a los clientes actuales a través del abastecimiento oportuno y de la variedad de productos que se ofrecen.
- Garantizar a los clientes que el 95% de los productos derivados de la soya cumplan con el peso exacto expresado en su empaque.

C. MERCADO META

El mercado meta para los productos derivados de la Soya elaborados por el Comités de Mujeres de Mizata está constituido en su mayoría por mujeres entre las edades de 26 a 45 años cuyos ingresos mensuales oscilan entre \$200 a \$250 dólares mensuales.

Entre las características de los compradores que integran el mercado meta tenemos las siguientes.

- La mayor frecuencia de compra de dichos productos es diaria, debido a que son productos perecederos.

- Las cantidades de compra que más se demandan de estos productos son las que oscilan entre 0 - 5 libras.
- Los compradores adquieren los productos derivados de la Soya directamente a los miembros del Comité de Mujeres de Mizata a precios que oscilan entre \$1.00 y \$2.00 dólares por libra.

D. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.

Las mujeres miembros del Comité de Mizata afiliadas a CONFRAS, deben aplicar estrategias de posicionamiento que les permitan reforzar la imagen de la empresa en la mente de los consumidores. Entre estas estrategias se encuentran el establecimiento de una marca que distinga los productos de otros en el mercado para el caso se propone "**Rica Soya**", ya que es un nombre corto y fácil de recordarlo. **Rica:** por que cuenta con un alto contenido proteínico es decir un 20% más que las otras leguminosas; también posee sales minerales como calcio, fósforo, hierro y vitaminas, especialmente de clase "B" brindando los siguientes beneficios: colabora en la salud sanguínea, ayuda al crecimiento y desarrollo, fortalecimiento de huesos y dientes. **Soya** por que son productos elaborados a base

del fríjol de Soya. Por lo tanto **"Rica Soya"** indica el delicioso sabor y aroma que ofrecen estos productos.

También se debe de elaborar un eslogan que será el siguiente: **"Calidad y Sabor"**, ya que serán elaborados a base de sustancias naturales garantizando un exquisito sabor y aroma obtenido a través de la selección de los mejores ingredientes para su elaboración.

En relación al logotipo que tendrá el empaque de los productos estará compuesto por un recipiente en forma de concha con harina de soya y en la parte superior de este el nombre de soya ubicando en la "Y" un grano, cuyo eslogan aparecerá entre medio de ellos, también en la parte superior aparecerá el tipo de producto y posteriormente la marca del producto y en la parte inferior aparecerá la ubicación del Comité de Mizata.

Para la horchata de soya la etiqueta tendrá un color celeste cielo lo cual demuestra que el producto es suave y puede ser consumido por personas de cualquier edad, para el café será en color café claro lo cual indica el color del producto, para el chocolate un color negro que al igual que el café indica el color del producto contenido en dicho empaque, y para el cereal un color amarillo relacionado con otros productos a base de trigo; dichos colores tendrán una degradación hacia la parte superior.

A continuación se presenta el diseño del empaque que tendrán los productos derivados de la soya:



Fuente: Equipo de Investigación

Fecha: Marzo de 2006.

E. MEZCLA DE MERCADOTECNIA

A continuación se presentan cada uno de los elementos de la mezcla de mercadotecnia.

1. Producto.

a. Objetivo del Producto

Desarrollar las características del producto requeridas por el mercado meta, con el fin de lograr mayor aceptación en el Municipio de Teotepeque, departamento de la Libertad.

b. Estrategias del Producto.

- Mejorar la presentación del producto mediante la elaboración de un empaque aluminizado con abre y cierre fácil que garantice la higiene y seguridad del producto que contendrá tomando en consideración las expectativas de los consumidores.
- Se deberán mantener productos en reserva para pedidos especiales e imprevistos, considerando un 6% sobre los pronósticos de venta.
- Dar un valor agregado al producto incluyendo recetas fáciles de elaborar en el hogar con productos a base de soya.

- Se debe de considerar la política de realizar devoluciones sobre venta por todas aquellas circunstancias que dañen los derechos de los consumidores.

2. Precio

a. Objetivo del Precio

Establecer precios en base a costos totales de producción más una utilidad razonable de forma que estos productos se adapten a las condiciones económicas del mercado al cual van dirigidos. Para la estimación de los costos totales de producción se deberá considerar los costos de materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación.

b. Estrategias del Precio.

- Determinar los costos considerando los tres elementos del costo de producción en los cuales se incurren al fabricar los productos derivados de la Soya para fijar precios que permitan obtener un margen de ganancia.
- Hacer un uso eficiente de los recursos Técnicos, Humanos y Materiales de los cuales se disponen con la finalidad de disminuir costos.

- Establecer alianzas con los proveedores de la materia prima de tal forma que esta se adquiriera a un bajo costo y permita ofrecer precios bajos de los productos en el mercado

3. Plaza

a. Objetivo de Plaza

Hacer llegar los productos derivados de la soya a los clientes en las mejores condiciones y en forma oportuna, a fin de agilizar y facilitar el proceso de compra.

b. Estrategias de Plaza

- Los productos se comercializarán a través de tiendas minoristas y ventas a domicilio en el Municipio de Teotepeque.
- Se solicitará a CONFRAS que se impartan charlas sobre atención al cliente para las personas involucradas en la comercialización de los productos con la finalidad de que cada intermediario mantenga su propia clientela.
- Las instalaciones se adaptaran a las características de los productos que ahí se venden, cuidando que las instalaciones permanezcan ordenadas y aseadas

- Brindar a los clientes un valor agregado de los productos a través de vendedores a domicilio los cuales se encargaran de llevar los productos hasta los hogares de los clientes.

4. Promoción

a. Objetivo de la Promoción

Influir en el mercado meta por medio de la información y persuasión a través del desarrollo de actividades promocionales que permitan la identificación y posicionamiento de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS. Dichas promociones se centrarían básicamente en la realización de: Ferias en épocas donde la afluencia de personas en la zona aumenta, elaborar hojas volantes, ofrecer más productos por compras frecuentes y brindar descuentos por compras frecuentes.

b. Estrategias de la promoción.

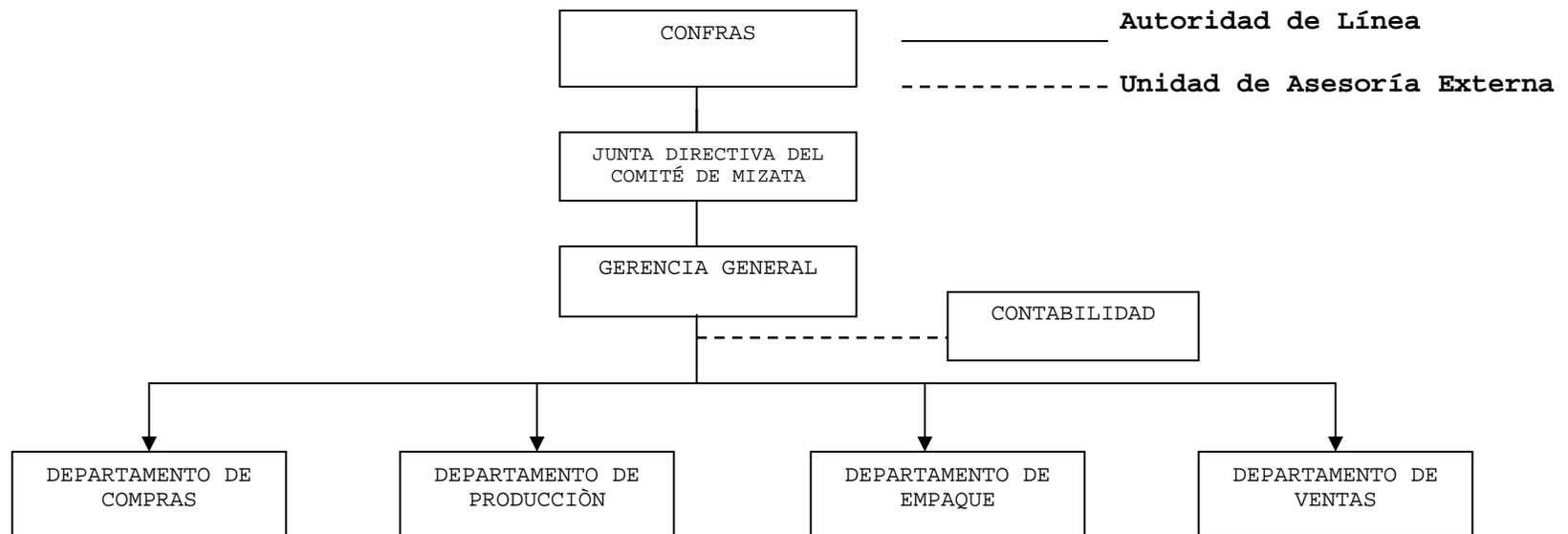
- Desarrollar un programa publicitario a través de la realización de exposiciones en ferias que permitan dar a conocer los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata. En donde se destaque la calidad de los productos así como los beneficios nutritivos que estos contienen.

- Proporcionar a los clientes un valor agregado en los productos ofreciéndoles en el empaque un 10% más por libra en sus compras, este porcentaje se estimó considerando el poder brindar a los consumidores una cantidad adicional atractiva a la que compra y además que dicha cantidad no altere los costos de producción

F. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.

Actualmente las Mujeres miembros del Comité de Mizata no cuentan con un organigrama donde se tengan establecidos las funciones que realizan cada uno de los miembros, por lo cual a continuación se presenta la propuesta de un organigrama para la empresa en estudio.

"ESTRUCTURA ORGÁNICA PROPUESTA AL COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA AFILIADAS A CONFRAS"



FECHA DE ELABORACIÓN: 01 DE FEBRERO DE 2006
ELABORADO POR: GRUPO DE INVESTIGACIÓN

G. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico de mercadeo propuesto al Comité de Mujeres de Mizata comprende 5 años de aplicación (2006-2010) y esta conformado por los objetivos y estrategias a largo plazo que representan las posiciones futuras que deben alcanzarse, así como también el personal responsable de desarrollarlas, los recursos a utilizar y la calendarización para la ejecución de dicho plan.

También se determinan las metas y políticas que contribuirán al desarrollo de dicho plan

1. METAS

- Lograr que el 95% de los productos que se ofrecen en el año cumplan con el peso exacto, establecido en el empaque. Lo cual se realizará pesando la harina antes de ser empacada por lo que se espera un margen de error de solo el 5% de los productos terminados.
- Incrementar en un 20% anual las ventas de los productos derivados de la Soya a través de publicidad y promociones. Esto según un promedio anual de crecimiento de los años anteriores más el impacto de una campaña publicitaria y promociones de venta.

- Incentivar al 100% de los vendedores a domicilio mensualmente, con el objetivo de que promuevan de una mejor manera los productos en los diferentes cantones.

2. POLITICAS

- El período para realizar ferias y degustaciones será semestralmente (junio- diciembre). Para todos los años y se someterá a consideración en aquellos casos donde haya que hacer una excepción con la finalidad de aprovechar cualquier oportunidad que se presente.
- Se debe asistir a todas las ferias que realicen los otros Comités pertenecientes a La Federación con el propósito promover los productos derivados de la soya en otros mercados.
- Las promociones de venta y los medios de publicidad utilizados deberán ser evaluados cada año. Con el objetivo de realizar gastos de ventas que brinden resultados satisfactorios para el Comité.
- Evaluar anualmente cualquier aspecto que brinde un valor agregado a los productos derivados de la soya a fin de estimular la demanda de dichos productos.

**PLAN ESTRATÉGICO
PERIODO CINCO AÑOS**

Objetivo de Largo Plazo	Estrategias de Largo Plazo	Responsable	Costos	Calendarización																			
				AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Ofrecer productos con calidad que permitan conservar el mercado actual y ayude a llegar a los clientes potenciales	1. Crear alianzas con proveedores para obtener materia prima de primera calidad a un bajo precio.	Departamento de Compras	\$ 500.00	■				■				■				■				■			
	2. Establecer estándares de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes	Gerente General	\$ 600.00	■				■				■				■				■			
	3. Capacitar la mano de obra con el fin de especializarla en la elaboración de los productos que se comercializan	CONFRAS	\$ 375.00	■				■				■				■				■			

**PLAN ESTRATÉGICO
PERIODO CINCO AÑOS**

Objetivo de Largo Plazo	Estrategias de Largo Plazo	Responsable	Costos	Calendarización																			
				AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3.Desarrollar el mercado actual de los productos derivados de la soya con el fin de incrementar las ventas	1. Hacer un uso eficiente de los recursos a fin de reducir los costos de producción para el establecimiento de un precio de venta bajo que sea atractivo a los consumidores.	Departamento de Producción	\$ 100.00																				
	2.Brindar el servicio de entrega a domicilio a través de los distribuidores (vendedores a domicilio) en todos los cantones del Municipio de Tectepeque.	Departamento de Ventas	\$ 960.00																				
	3. incluir en el empaque de los productos recetas de fácil preparación en el hogar.	Departamento de Empaque	\$ 500.00																				
TOTAL DEL PLAN ESTRATEGICO			\$4,827.50																				

H. DESARROLLO DEL PLAN OPERATIVO

Después de haber elaborado el plan estratégico se procede a diseñar el plan operativo, el cual se realiza para un año, y está integrado por los objetivos a corto plazo con sus respectivas actividades, así como también los responsables de su realización, los recursos en términos monetarios y el tiempo en el cual deben realizarse dichas actividades y al igual que en el plan estratégico en el plan operativo se determinan las metas y políticas para su desarrollo. También para ejecutar dichos planes se deben definir metas que ayuden a medir los resultados, y políticas que sirvan como guía de acción a seguir para lograrlos.

1. METAS:

- Garantizar que el 100% de los productos derivados de la soya que se comercializan en el mercado ofrezcan un exquisito sabor y aroma a través del uso de estándares en la cantidad de materia prima requerida para su elaboración y en el aseguramiento de esta en el momento de la compra.
- Lograr que el 100% de la campaña publicitaria se realice en el tiempo establecido y de forma efectiva dando seguimiento a las fechas que previamente defina el comité y que son estratégicas.

- Lograr que el 100% de los cantones cuenten con al menos un vendedor a domicilio en la zona, lo cual se logrará a través de incentivos constantes y precios especiales a las personas que deseen comercializar los productos.
- Organizar de 5 a 8 reuniones en el año a las cuales asistan el 80% de los vendedores a domicilio que tiene el Comité.

2. POLITICAS

- Las tiendas minoristas de Mizata deberán ser abastecidas una vez por semana a excepción de algunas que demanden de ciertas cantidades adicionales las cuales deberán ser abastecidas nuevamente en la misma semana.
- Los vendedores a domicilio deberán asesorar a los consumidores a cerca de las diferentes recetas que pueden preparar con los productos derivados de la soya y los beneficios nutritivos que ofrecen.
- Se deberán realizar, mensualmente análisis de la situación actual de comercialización de los productos derivados de la soya elaborados por el Comité de Mizata, llevando a cabo una evaluación y control sobre lo ejecutado.
- Realizar sondeos constantes a cerca del sabor y aroma con que cuentan los productos que se elaboran a base de soya a fin de mejorar la calidad del producto.

PLAN OPERATIVO - AÑO 1

Objetivo de Corto Plazo	Actividades	Responsable	Recursos		Calendarización											
			Costo	Tiempo	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F
3. Brindar productos que ofrezca un valor agregado y a precios bajos	1. Incluir al reverso de los empaques recetas de fácil preparación que incluyan productos derivados de la soya.	Departamento de Empaque	\$ 100.00	Todo el año.												
	2. Hacer llegar los productos derivados de la soya hasta los hogares a través de la motivación que se haga a los vendedores a domicilio generando un valor agregado al producto.	Departamento de Ventas	\$ 192.00	Todo el año.												
	3. Concientizar al personal a cerca de la importancia de reducir costos con el fin de brindar precios más bajos.	Departamento de Producción	\$ 48.00	Todo el año												
TOTAL PLAN OPERATIVO			\$1,874.24													

I. IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO

Después de haber elaborado los respectivos planes de mercadeo para la comercialización de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS, es necesario definir la forma en que será implementado para poder llevar a cabo cada una de sus respectivas etapas y luego poder realizar un control que sea eficiente.

1. Implementación

La implementación del plan se llevará a cabo en el mes de Marzo de 2006, elaborando para ello un cronograma de actividades en donde se establece el tiempo en el cual deberán ser ejecutadas para lograr los objetivos propuestos en este trabajo.

2. Control

El Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS serán las encargadas de controlar trimestralmente el desarrollo del plan, y compararán el Estado de Resultados Proyectado para el año 2006 contra los gastos reales del mismo año incurridos por el Comité, con la finalidad de evaluar el costo - beneficio de la implementación del Plan de Mercado.

Así como también deberán de hacer una comparación entre las proyecciones de venta y los volúmenes reales de las mismas, con el fin de determinar si se ha logrado el porcentaje de incremento deseado en éstas.

Finalmente de deberán reprogramar las actividades que no se hayan cumplido en el tiempo estipulado; pero sin entorpecer el proceso de actividades que correspondan al momento y tiempo actual y tomar las medidas respectivas para corregir las variaciones en el plan estratégico.

3. Cronograma

Con el fin de visualizar las actividades a realizar para la implementación de los planes, a continuación se presenta un cronograma que muestra el tiempo en el cual deberán desarrollarse.

CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADO

ACTIVIDADES	RECURSOS			MES			
	HUMANOS	TÉCNICOS	FINANCIEROS	SEMANAS			
				1	2	3	4
Reunión para explicar y presentar el contenido del Plan Estratégico de Mercadeo propuesto al Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a CONFRAS.	Grupo de Trabajo	Cañón, Computadora, Carteles, Informe escrito, Refrigerio.	\$ 90.00				
Análisis y aprobación de plan estratégico de mercadeo propuesto.	Comité de Mizata	Documento escrito (Plan Estratégico de Mercadeo propuesto). Calculadora Lapiceros Libretas. Refrigerio.	\$60.00				
Puesta en marcha del Plan Estratégico de Mercadeo.	Comité de Mizata	Plan elaborado por el grupo de trabajo					
TOTAL			\$150.00				

J. ESTUDIO TÉCNICO

En esta parte del estudio se tomarán en cuenta los aspectos relacionados con el tamaño y localización del proyecto. Cuando se habla del tamaño esto se refiere a la capacidad de producción que tendrá el proyecto, la disponibilidad de materiales a utilizar, la mano de obra, los recursos económicos y recursos técnicos que al interrelacionarlos permitirán determinar el tamaño óptimo y la distribución física adecuada para la industrialización de los productos derivados de la Soya.

1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se tomará en cuenta la capacidad instalada que tendrá el Comité de Mujeres de Mizata, la tecnología y el financiamiento necesario para Industrializar y Comercializar los productos derivados de la Soya.

Actualmente las Mujeres miembros del Comité de Mizata ya tienen el terreno en donde se pretende llevar a cabo el proyecto de Industrializar y Comercializar dichos productos lo cual representa una ventaja el disponer ya de éste y que sea el lugar ideal ya que según la información que se obtuvo en el capítulo II el lugar coincide con lo que la población respondió cuando se le preguntaba del lugar más adecuado para poder industrializar los productos derivados de la Soya.

Dicho terreno tiene un área de 150 mts² de superficie, de los cuales 73 mts² corresponden al área de construcción.

2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización idónea para el establecimiento del lugar donde se industrializarán los productos derivados de la Soya es en el caserío de Canoas, del Cantón Mizata en el Municipio de Teotepeque, en el departamento de La Libertad. Para una mayor especificación Ver en el anexo No. 4 El Mapa de La Macro localización y en el anexo No. 5 El Mapa de La Micro localización.

Además dicho terreno en el cual se pretende construir la nave industrial tiene un área de 73 metros cuadrados y este lugar reúne los factores sociales y económicos que influyen en la localización. Entre ellos se puede mencionar:

- Existencia de Demanda

Mediante el diagnóstico de Mercado se constato que la mayor demanda para los productos derivados de la soya se encuentra en el Municipio de Teotepeque y en una mayor cantidad en el Cantón Mizata; en el cual se determino que el 55% de la población encuestada coincidió que este tiene mayor accesibilidad para los habitantes del Municipio.

- Materia Prima disponible.

Este es uno de los factores más relevantes ya que si no hay materia prima no se puede operar. Esta constituye una ventaja para el Comité ya que además de comprar el grano de Soya también hay un 65% según los requerimientos de las cantidades demandadas para la producción, que se cultiva en el Cantón Mizata.

- Disponibilidad de Mano de Obra.

Estará constituido por cinco personas residentes del lugar ya que la densidad poblacional y la escasez de empleo genera una inmediata disponibilidad de Mano de Obra en el Cantón Mizata.

- Bajo costo del transporte.

Se considera que el costo de transporte que se tendrá para trasladar la materia prima necesaria no será alto; ya que la distancia para transportar estos insumos es corta y además, el 65% de la materia prima demandada se cultiva en el Cantón Mizata.

- Servicios básicos necesarios.

Finalmente la existencia de los servicios básicos como agua y energía eléctrica facilitan la ejecución del proyecto ya que la zona cuenta con ambos servicios.

3. ANALISIS DEL PRODUCTO

Para la evaluación de los productos derivados de la Soya se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- **Análisis económico**

Al evaluar los costos de producción por producto se determinó que estos son relativamente bajos en relación a los precios del mercado por lo que se obtendría un margen de utilidad bruta promedio del 45% para cada producto (Ver estado del costos de lo vendido en el estudio económico).

- **Análisis del valor**

Los productos a base de soya tienen un alto contenido nutritivo ya que poseen un 20% más de proteínas respecto a otras leguminosas, según análisis previos a dicho grano además de calcio, fósforo, hierro y vitaminas tipo "B" lo que crea un alto valor nutritivo, también todos los otros ingredientes utilizados para la elaborar tanto el café, chocolate, cereal y horchata contienen proteína lo que le crea un mayor valor al producto terminado. Al evaluar los precios del café, chocolate, cereal y horchata estos son bajos ya que el valor en libra oscila entre \$1.50 a \$2.00, por lo que el precio pagado no compensa la riqueza nutritiva de dichos productos.

4. POLÍTICA DE ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIO

El establecimiento de reglas y procedimientos para garantizar la continuidad de la empresa en una situación de escasez de materia prima serán las siguientes:

- Establecimiento de pronósticos de venta por producto para cada mes.
- Compra de materia prima quincenal.
- Clasificar la materia prima para los diferentes productos conforme a los requerimientos para la producción.
- Establecimiento de un inventario de seguridad de materia prima del 6% de la producción mensual.
- En situaciones de alza de precios de la materia prima se deberá adquirir en mayor cantidad antes que los productos sufran un incremento. Para el caso en que se anuncie un alza con anticipación.
- Se deberá mantener un mínimo de inventario de productos terminados para mayor seguridad por compras imprevistas de

los productos de al menos un 6% de la producción proyectada para cada mes.

a. Sistema de Control de Calidad

Con la finalidad de asegurar la calidad de los productos se establecerán tres puntos de control de calidad los cuales se realizarán en los siguientes momentos:

- Compra de insumo. Para asegurar que los ingredientes defectuosos no entren en la producción, para lo cual se hará uso de hojas de control de entrada y salida de materia prima.
- Durante el proceso de producción. A fin de señalar las unidades defectuosas lo más cerca posible del inicio del proceso e identificar las causas, ya que al no incluir las cantidades establecidas para la obtención de la harina esta no tendrá el sabor y aroma necesario.

Para lo anterior, se deberán estudiar y establecer patrones de medida de materia prima para la obtención de una harina que cumpla con un estándar de calidad exigido.

Las cantidades de materia prima necesaria para la producción

de café, chocolate, horchata y cereal de soya por libra son las siguientes:

PRODUCTO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD
Café	Fríjol de Soya	½ Libra
	Harina de Maíz	½ Libra
	Nuez Moscada	½ Unidad
	Canela	½ Onza
	Pimienta gorda	½ Onza
Chocolate	Fríjol de Soya	½ Libra
	Cacao	¼ Libra
	Nuez Moscada	½ Unidad
	Canela	½ Onza
	Azúcar	2 Libras
Horchata	Fríjol de Soya	½ Libra
	Semilla de Morro	¼ Libra
	Maní	¼ Libra
	Arroz	¼ Libra
	Canela	½ Onza
	Nuez Moscada	½ Unidad
Cereal	Fríjol de Soya	¼ Libra
	Arroz	$\frac{1}{8}$ Libra
	Azúcar	¼ Libra
	Harina de Maíz	½ Libra

Cuadro No. 3 Requerimiento de materia prima para la elaborar una libra de café, chocolate, horchata y cereal de soya.

- En el producto terminado. Se debe verificar que la calidad de las harinas satisfaga las especificaciones. Examinando que los productos vayan con sus respectivas fechas de Vencimiento, peso exacto (1 libra más un 10% por promoción) y las condiciones higiénicas adecuadas del empaque.

b. Técnicas de Control

Para asegurar que la materia prima a utilizar en la producción sea de buena calidad se deberán asegurar el cumplimiento de los siguientes pasos:

1. Materia Prima entregada por el proveedor.

Revisar que la materia prima entregada por el proveedor llegue completa y en buenas condiciones, tomando en consideración los siguientes aspectos:

ANÁLISIS DE LA MATERIA PRIMA		
MATERIA PRIMA	CONDICIONES DE LA MATERIA PRIMA	MEDIDAS PREVENTIVAS
Fríjol de Soya	Físico: Limpieza del grano Libre de plagas Grano no picado Químico: Residuo de plaguicidas.	Exigir al proveedor materia prima seleccionada y cumplimiento con especificaciones de materia prima.
Cacao	Físico: Libre de partículas extrañas. Limpieza del grano Químico: Residuo de plaguicidas	

Cuadro #4a Análisis de las condiciones de la materia prima para elaborar los productos derivados de la soya.

ANÁLISIS DE LA MATERIA PRIMA		
MATERIA PRIMA	CONDICIONES DE LA MATERIA PRIMA	MEDIDAS PREVENTIVAS
Arroz	Físico: Limpieza del grano Libre de granza Grano no picado Químico: Residuo de plaguicidas.	Conocer el lugar de procedencia de la materia prima
Azúcar	Peso exacto Fineza color	
Canela	Peso exacto Libre de polvo	

Cuadro #4b. Análisis de las condiciones de la materia prima para elaborar los productos derivados de la soya.

Registrar la mercancía recibida en formato y pedir firma al proveedor para lo cual se deberá hacer uso del siguiente formato de control de entradas y salidas de materia prima a bodega.

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
FORMATO DE CONTROL DE ENTRADAS**

FECHA _____

ARTICULO	FECHA DE ENTRADA	FECHA DE CADUCIDAD	CANTIDAD	PROVEEDOR	FIRMA

Cuadro #5 Formato de control de entrada de materia prima

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
FORMATO DE CONTROL DE MERMAS**

FECHA	ARTICULO	CANTIDAD	PARA LA PRODUCCIÓN DE

Cuadro #6 Formato de control de salida de materia prima

Por otra parte, toda la maquinaria a utilizar deberá ser limpiada y desinfectada diariamente al finalizar la producción con la finalidad de eliminar residuos y evitar que se desarrollen bacterias.

También, es importante realizar fumigaciones en todas las instalaciones las veces que fuese necesario a fin de controlar la existencia de cualquier plaga. Además, es necesario realizar una limpieza diaria de los pisos, paredes, ventanas y mesas con desinfectantes que maten gérmenes y bacterias.

Los utensilios empleados en la producción deberán ser lavados diariamente las veces que se consideren necesarios con agua potable debidamente clorada y limpiadores en polvo.

5. CAPACIDAD DEL EQUIPO PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA SOYA

Existen 3 diferentes capacidades del Equipo como son Capacidad de Diseño, Capacidad de Sistema y Capacidad Real; para el caso del equipo que servirá para realizar el proceso de Industrialización de los productos derivados de la soya a continuación se presenta la capacidad de diseño por medio del siguiente diagrama.

DIAGRAMA DE BLOQUE CON LAS CAPACIDADES DE DISEÑO DEL EQUIPO QUE SE REQUERIRÁ PARA EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

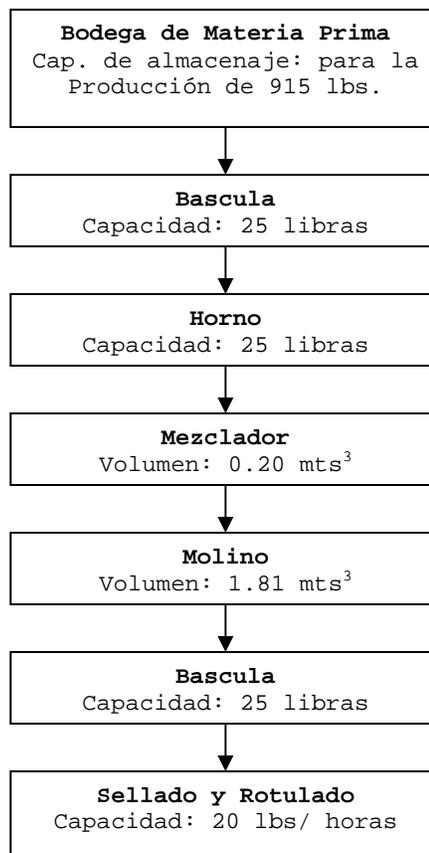


Figura No.6 Muestra las capacidades de diseño del equipo.

6. BALANCEO DE LOS MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN DEL CAFÈ DE SOYA

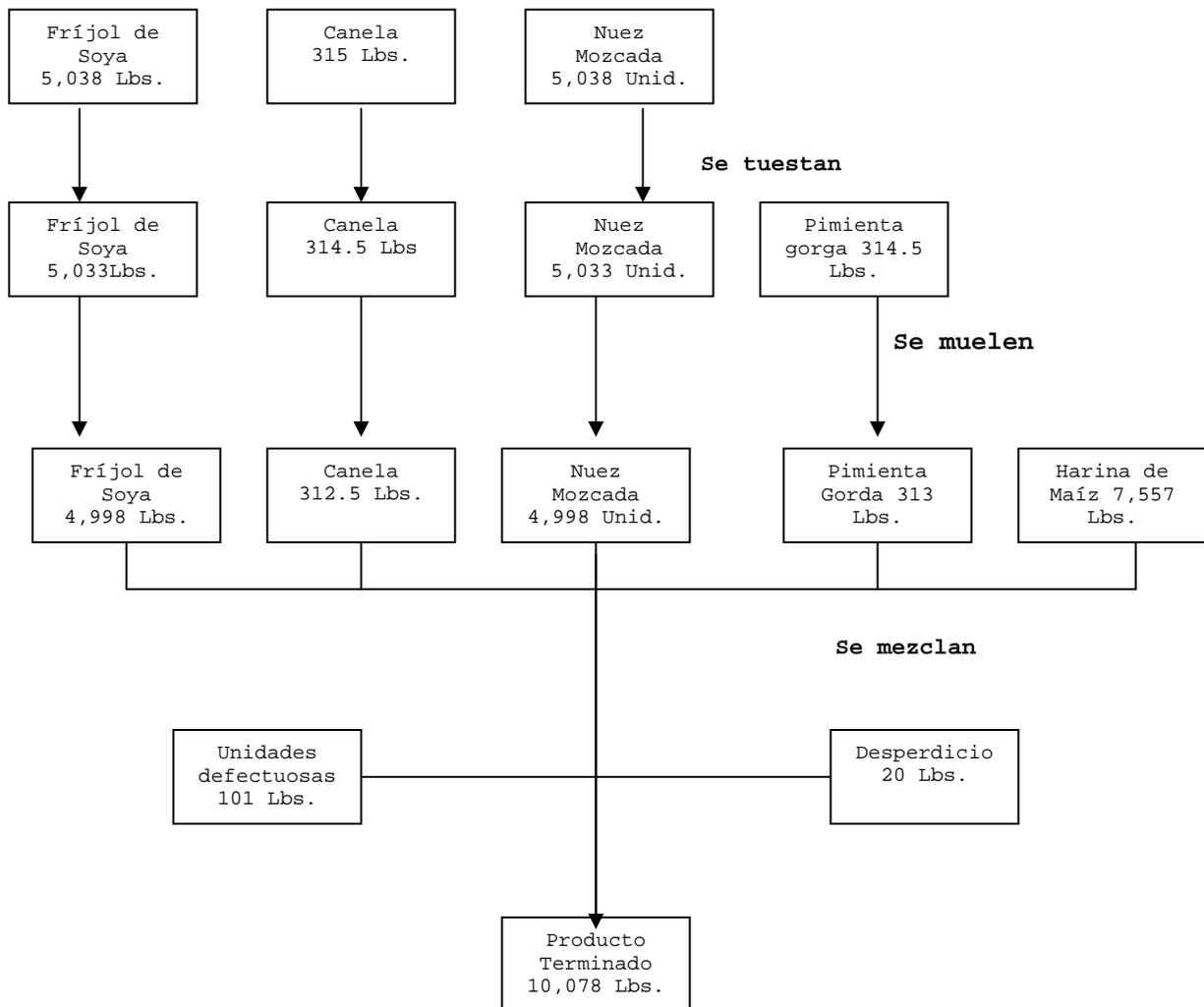


Figura No 7 Muestra el Balanceo de la Producción del Café de Soya

Ver Balanceo de la Producción del Chocolate, la Horchata y Cereal en Anexos del No.6 al No.8

7. PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Para la elaboración de la planificación de la producción de los diferentes productos derivados de la Soya se presenta a continuación la producción en libras por mes y año de los 4 productos como son: Café, Horchata, Chocolate y Cereal. Dicha planificación se elaboro tomando en cuenta los datos obtenidos con respecto a la proyección de la demanda por año en el estudio de mercado. Es importante aclarar que la producción será en serie y se deberá planear un día para cada producto; ya que la materia prima utilizada varia de acuerdo al producto y se lograría una mayor eficiencia de los recursos debido a que requerirá de un menor tiempo para la limpieza de la maquinaria.

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA UNIDADES PLANIFICADAS A PRODUCIR POR AÑO PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN LIBRAS

AÑOS MESES	2006 LIBRAS	2007 LIBRAS	2008 LIBRAS	2009 LIBRAS	2010 LIBRAS
ENERO	841	902	989	1070	1166
FEBRERO	865	946	1009	1090	1176
MARZO	891	956	1028	1112	1200
ABRIL	918	972	1048	1122	1224
MAYO	945	998	1070	1127	1248
JUNIO	973	919	1091	1138	1274
JULIO	675	891	1113	1148	1300
AGOSTO	681	900	1135	1156	994
SEPTIEMBRE	687	912	997	1167	1013
OCTUBRE	695	924	1010	994	1043
NOVIEMBRE	702	670	648	1051	886
DICIEMBRE	1,205	839	742	766	930
TOTAL	10,078	10,829	11,880	12,941	13,454

Cuadro No.7 Producción de Café

Ver Planificación de la Producción para el Chocolate, Horchata y Cereal de Soya en Anexos del No.9 al No.11

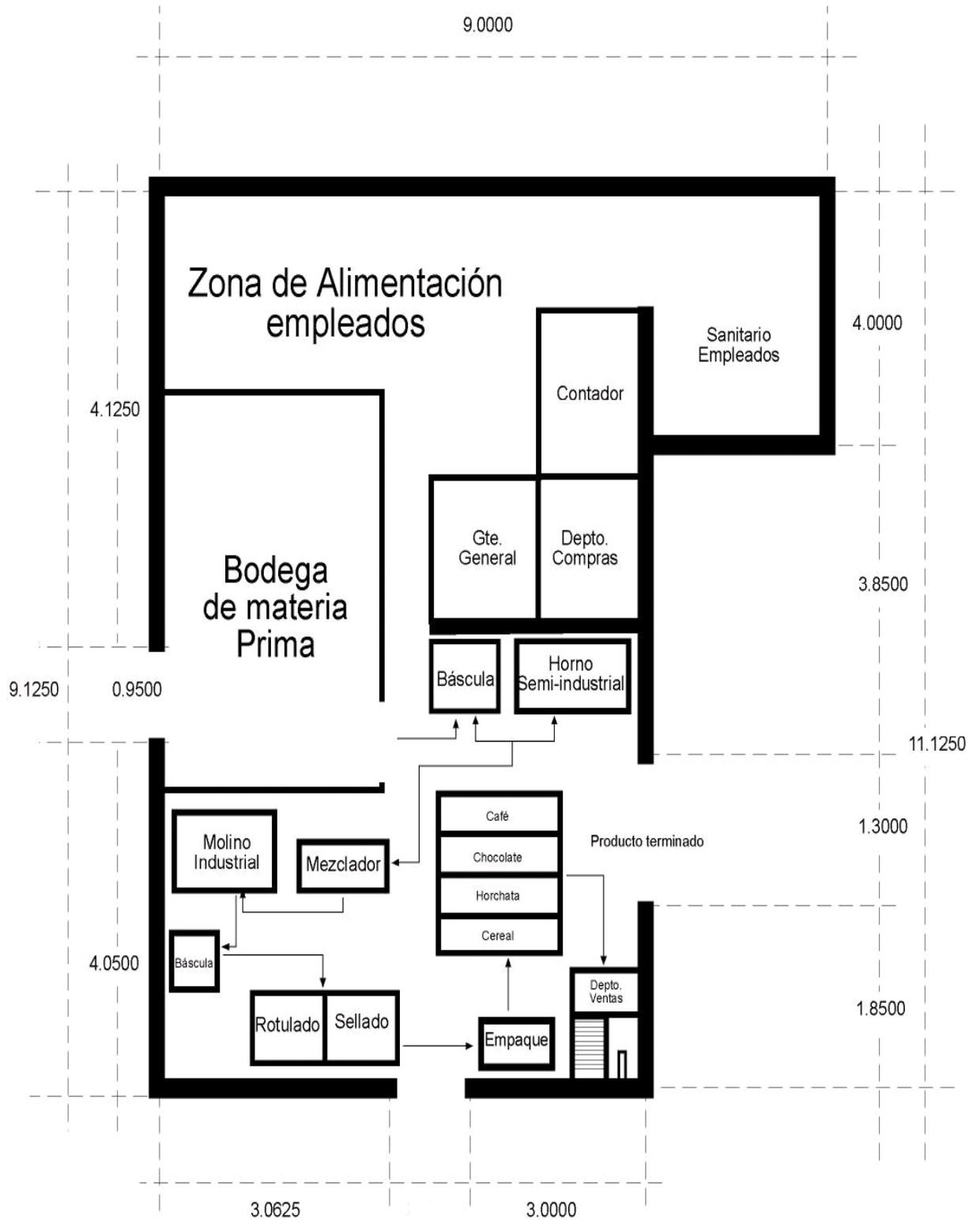
8. PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso técnico a seguir para la elaboración de los 4 productos se presenta a continuación.

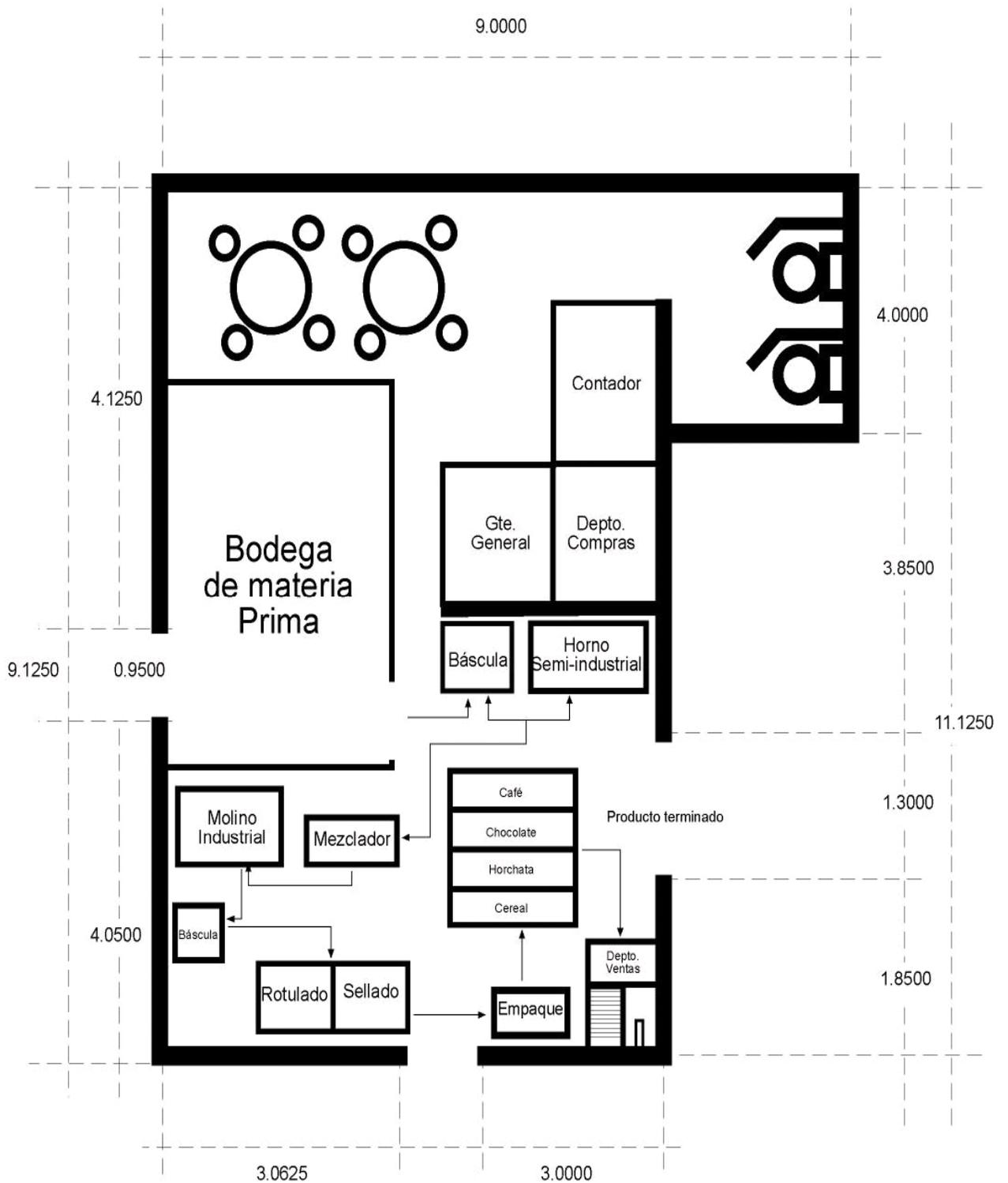
DIAGRAMA DE PROCEDIMIENTOS

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO										REF.:					
Elaboración de los productos derivados de la Soya										Hoja: 1 de 1					
EMPRESA										SÍMBOLOS		RESUMEN DE PASOS			
Comité de Mujeres de Mizata Producción Actual <input type="checkbox"/> Propuesto <input type="checkbox"/> Fecha: 26/Enero/06 Hecho por: Equipo de Investigación										Actual		Propuesto		Diferencia	
										<input type="radio"/>	Operaciones	4			
<input type="checkbox"/>	Transportes	7													
<input type="checkbox"/>	Revisiones														
<input type="checkbox"/>	Demoras														
<input type="checkbox"/>	Almacenamiento	2													
<input type="checkbox"/>	Operación Combinada	2													
TOTAL		16													
Paso N°	en Distancia metros	en Tiempo minutos	Operación	Transporte	Revisión	Demora	Almacenamiento	Operación Combinada	DESCRIPCIÓN DE CADA PASO (Qué se hace y por quién)	Acción					
										Eliminar	Cambiar	Cambio			
Secuencia	Lugar	Puesto de Trabajo	Mejorar												
01			<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Almacenamiento de materia prima (Frijol de Soya, cacao, azúcar, etc.)										
02		1	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transportado a bascula										
03		2	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Pesar cada ingrediente										
04		1	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transportado a horno semi-industrial										
05		5	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Horneado de los granos.										
06		1	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transporte al mezclador										
07		2	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Mezclador de granos hasta lograr una mezcla homogénea.										
08			<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transportado a molino industrial para refinado de granos										
09		1	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transportado a bascula										
10		10	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Pesado de harina y envasado										
11		5	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Rotulado y sellado										
12		1	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transportado a empaque										
13		5	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Empaque de productos terminados										
14		1	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Transportado Almacén de productos terminados										
15			<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	Almacenamiento de productos terminados										

9. FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN



10. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ARQUITECTONICA



11. REQUERIMIENTO DE MATERIALES

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES

PARA LA ELABORACIÓN DEL CAFÉ DE SOYA AÑO 2006*

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Pimienta gorda (Lbs)
Enero	420	630	420	26	26
Febrero	432	648	432	27	27
Marzo	446	668	446	28	28
Abril	459	689	459	29	29
Mayo	473	709	473	30	30
Junio	486	729	486	30	30
Julio	338	506	338	21	21
Agosto	340	510	340	21	21
Septiembre	344	516	344	21	21
Octubre	347	521	347	22	22
Noviembre	351	527	351	22	22
Diciembre	603	905	603	38	38
TOTAL	5,038	7,557	5,038	315	315

Cuadro #8 Requerimiento de Materiales para elaborar Café

* Ver requerimiento de Materiales del 2006 al 2010 de todos los productos en cuadros Anexos

12. DETERMINACIÓN DE LA MANO DE OBRA

Para la elaboración de los productos derivados de la Soya se requerirá de cinco personas, de acuerdo a la sencillez del proceso, ya que se producirán en promedio 62 libras diarias para el primer año, considerando un Bach de producción de 5 libras por un período de tiempo de 30 minutos; para las cuales deberá laborar ocho horas diarias de Lunes a Viernes y estarán distribuidas de la siguiente manera: durante 6 horas se realizará el proceso de producción, una hora para receso y otra hora para la limpieza de la maquinaria y demás utensilios.

Con el personal requerido para la producción se implementará la división del trabajo de la siguiente manera:

- Gerente General encargada de crear las condiciones de trabajo de los departamentos y realizar controles en el cumplimiento de los pedidos y de la calidad del producto.
- Encargada de compra será quien lleve un control de todo lo relacionado a la compra de materia prima para la elaboración de los productos.
- Encargada de producción responsable de transformar la materia prima en producto terminado. Así mismo se encargará de dar mantenimiento a la maquinaria bajo su responsabilidad; tales como: báscula, horno, mezcladora y molino semi-industrial.
- Encargada de empaque es responsable de embolsar y pesar los productos por libra. Seguidamente se encargará de rotular, sellar los productos y empacar. Al mismo tiempo se encargará de dar mantenimiento al equipo que tiene a su cargo.
- Encargada de la sala de ventas será quien atienda las requisiciones de productos de las tiendas minoristas y vendedores a domicilio.

- Se tendrá un contador que visitará el Comité cada semana para llevar el control de las facturas y demás registros contables.
- CONFRAS. La Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña es la encargada de coordinar al Comité de Mujeres de Mizata y a la vez brindarles capacitaciones que les ayuden en la actualización de técnicas de producción.
- Finalmente la Junta Directiva estará formado por los miembros del Comité de Mizata y su función será velar por el crecimiento productivo de dicho comité y a la vez evaluar los resultados de las ventas. Ver Manual de organización para todas las unidades en anexo No. 13

13. DETERMINACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Para dar cumplimiento a las necesidades demandadas de Soya y tomando en cuenta factores tales como: proveedores, precio, capacidad, mano de obra, costos por mantenimiento, entre otros para lo cual se considera necesaria la requisición de los siguientes Mobiliario y Equipo.

NOMBRE	MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL \$
Bascula pequeña	Aluminio	2	\$100.00	\$ 200.00
Molino Manual	Metálico	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Molino Industrial	Metálico	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Mezcladora	Metálica	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Pila o tanque de agua	Concreto	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Horno	Industrial	1	\$1,100.00	\$1,100.00
Mobiliario para baños	Porcelana	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Escritorio con silla	Dura panel	1	\$ 50.00	\$ 50.00
TOTAL				\$2,060.00

Cuadro #9 Muestra la maquinaria y equipo necesaria para el proyecto.

K. ESTUDIO ECONÓMICO

En esta parte del estudio se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del estudio, que es la evaluación económica.

1. PRESUPUESTO DE GASTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN OPERATIVO

MES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
CONCEPTO													
1.Cotizar precios y condiciones de Materia Prima.	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$120.00
2. Pesar los productos antes de ser transportados a la Unidad de Ventas.	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$432.87
3. Verificar diariamente que todos los productos lleven su respectiva fecha de vencimiento.	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$36.07	\$432.87
4. Asegurar que los productos derivados de la soya mantengan un exquisito sabor y aroma.	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$120.00
5. Incluir un 10% más de productos por cada libra que se venda.	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$138.50
6. Realizar degustaciones a través de ferias.						\$50.00						\$50.00	\$100.00
7. Dar a conocer los productos de forma periódica.						\$70.00						\$70.00	\$140.00
8. Solicitar apoyo a CONFRAS Para que brinde ayuda para la realización de campañas informativas	\$50.00												\$50.00
9. Incluir en el empaque recetas de fácil preparación.	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$100.00
10. Motivar a los vendedores a domicilio.	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$16.00	\$192.00
11. Concientizar al personal a cerca de la importancia de reducir costos.	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$48.00
TOTAL	\$182.01	\$132.01	\$132.01	\$132.01	\$132.01	\$252.01	\$132.01	\$132.01	\$132.01	\$132.01	\$132.01	\$252.01	\$1,874.24

2. DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA "EL CAFÉ DE SOYA" PARA EL 2006 "RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

Datos presupuestados para el 2006*			
Mes	Cantidad En libras	Precio Unitario	Total Ventas
Enero	778	\$ 1.50	\$ 1,167.00
Febrero	801	\$ 1.50	\$ 1,201.50
Marzo	825	\$ 1.50	\$ 1,237.50
Abril	850	\$ 1.50	\$ 1,275.00
Mayo	875	\$ 1.50	\$ 1,312.50
Junio	901	\$ 1.50	\$ 1,351.50
Julio	625	\$ 1.50	\$ 937.50
Agosto	631	\$ 1.50	\$ 946.50
Septiembre	637	\$ 1.50	\$ 955.50
Octubre	643	\$ 1.50	\$ 964.50
Noviembre	650	\$ 1.50	\$ 975.00
Diciembre	1116	\$ 1.50	\$ 1,674.00
TOTAL	9332	\$ 1.50	\$13,998.00

Cuadro #10 presupuesto de ventas para el café de soya

*En base a los pronósticos de Venta presentados en el Capítulo II

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA "EL CHOCOLATE DE SOYA" PARA EL 2006 "RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

Datos presupuestados para el 2006*			
Mes	Cantidad En libras	Precio Unitario	Total Ventas
Enero	169	\$ 1.50	\$ 253.50
Febrero	188	\$ 1.50	\$ 282.00
Marzo	201	\$ 1.50	\$ 301.50
Abril	276	\$ 1.50	\$ 414.00
Mayo	292	\$ 1.50	\$ 438.00
Junio	341	\$ 1.50	\$ 511.50
Julio	358	\$ 1.50	\$ 537.00
Agosto	363	\$ 1.50	\$ 544.50
Septiembre	379	\$ 1.50	\$ 568.50
Octubre	385	\$ 1.50	\$ 577.50
Noviembre	414	\$ 1.50	\$ 621.00
Diciembre	450	\$ 1.50	\$ 675.00
TOTAL	3816	\$ 1.50	\$ 5,724.00

Cuadro #11 presupuesto de ventas para el chocolate de soya

* En base a los pronósticos de Venta presentados en el Capítulo II

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA "LA HORCHATA DE SOYA" PARA EL 2006
"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

Datos presupuestados para el 2006*			
Mes	Cantidad En libras	Precio Unitario	Total Ventas
Enero	101	\$ 2.00	\$ 202.00
Febrero	110	\$ 2.00	\$ 220.00
Marzo	117	\$ 2.00	\$ 234.00
Abril	120	\$ 2.00	\$ 240.00
Mayo	123	\$ 2.00	\$ 246.00
Junio	128	\$ 2.00	\$ 256.00
Julio	131	\$ 2.00	\$ 262.00
Agosto	134	\$ 2.00	\$ 268.00
Septiembre	159	\$ 2.00	\$ 318.00
Octubre	169	\$ 2.00	\$ 338.00
Noviembre	178	\$ 2.00	\$ 356.00
Diciembre	186	\$ 2.00	\$ 372.00
TOTAL	1656	\$ 2.00	\$ 3,312.00

Cuadro #12 presupuesto de venta para la horchata de soya
 *En base a los pronósticos de Venta presentados en el Capítulo II

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA "EL CEREAL DE SOYA" PARA EL 2006
"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

Datos presupuestados para el 2006*			
Mes	Cantidad En libras	Precio Unitario	Total Ventas
Enero	76	\$ 2.00	\$ 152.00
Febrero	78	\$ 2.00	\$ 156.00
Marzo	80	\$ 2.00	\$ 160.00
Abril	82	\$ 2.00	\$ 164.00
Mayo	85	\$ 2.00	\$ 170.00
Junio	89	\$ 2.00	\$ 178.00
Julio	96	\$ 2.00	\$ 192.00
Agosto	99	\$ 2.00	\$ 198.00
Septiembre	101	\$ 2.00	\$ 202.00
Octubre	105	\$ 2.00	\$ 210.00
Noviembre	112	\$ 2.00	\$ 224.00
Diciembre	113	\$ 2.00	\$ 226.00
TOTAL	1116	\$ 2.00	\$ 2,232.00

Cuadro #13 presupuesto de ventas para el cereal de soya
 *En base a los pronósticos de Venta presentados en el Capítulo II

**RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE VENTAS PARA LOS PRODUCTOS DERIVADOS
DE LA SOYA PARA EL 2006**

Datos presupuestados para el 2006			
PRODUCTO	Cantidad En libras	Precio Unitario	Total Ventas
CAFÈ	9,332	\$1.50	\$13,998
CHOCOLATE	3,816	\$1.50	\$5,724
HORCHATA	1,656	\$2.00	\$3,312
CEREAL	1,116	\$2.00	\$2,332
TOTAL PRESUPUESTO DE VENTAS 2006			\$ 25,266

Cuadro #14 muestra los datos presupuestados para el 2006 de los productos derivados de la soya.

3. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PARA EL 2006
(Cifras expresados en dólares americanos)

Ventas Brutas			\$25,266.00
(-)Costo de Ventas			<u>*15,306.74</u>
Margen Bruto			\$9,959.26
(-) Gastos			\$ 5,351.21
Gastos de Venta			
Salario de Empleado	\$1,779.57*		
Promoción	\$ 338.50*		
Publicidad	<u>\$ 140</u>	\$2,258.07	
Gastos de admón.		\$3,093.14	
Teléfono	\$ 180.00		
Otros gastos	\$ 100.00		
Sueldos	<u>\$ 2,813.14</u>		
Utilidad Neta Proyectada			<u><u>\$4,608.05</u></u>

*Para la determinación de los Costos de Venta, Gastos de Venta, admón. Y Depreciación. Ver Anexos

4. ESTADO DEL COSTO DE LO VENDIDO

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
ESTADO DEL COSTO DE LO VENDIDO POR PRODUCTO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.
(Cifras expresadas en dólares americanos)

PRODUCTO CONCEPTO	CAFÉ	CHOCOLATE	HORCHATA	CEREAL	TOTAL
DATOS PRESUPUESTADOS PARA EL 2006	10,078(LIBRAS)	4,122(LIBRAS)	1,791(LIBRAS)	1,205(LIBRAS)	17,196(LIBRAS)
(+) 2% POR DESPERDICIO Y DEFECTO	202 (LIBRAS)	82(LIBRAS)	36(LIBRAS)	24(LIBRAS)	344(LIBRAS)
SUB-TOTAL	10,280 (LIBRAS)	4,204(LIBRAS)	1,827(LIBRAS)	1,229(LIBRAS)	17,540(LIBRAS)
(*)COSTO UNITARIO POR LIBRA	\$0.53	\$0.64	\$0.68	\$0.64	\$2.49
MATERIA PRIMA	\$5,448.4	\$2,694.66	\$1,242.36	\$786.56	\$10,171.98
(+)EMPAQUE	\$476.70	\$ 194.90	\$ 84.60	\$ 57.00	\$ 813.20
(+)MANO DE OBRA	\$2,099.89	\$ 854.19	\$ 355.92	\$249.44	\$3,559.44
(+)GASTOS DE ENERGIA ELECTRICA	\$ 175.85	\$ 71.91	\$ 31.20	\$ 21.03	\$ 300.00
(+)GASTOS AGUA	\$ 105.51	\$ 43.14	\$ 18.72	\$ 12.62	\$ 180.00
(+) GUANTES	\$ 10.55	\$ 4.31	\$ 1.87	\$ 1.26	\$ 18.00
(+) MEDIDORES	\$ 21.10	\$ 8.63	\$ 3.74	\$ 2.52	\$ 36.00
(+) DELANTALES	\$ 10.55	\$ 4.31	\$ 1.87	\$ 1.26	\$ 18.00
TOTAL	\$ 8,348.55	\$3,876.05	\$1,740.28	\$ 1,131.69	\$15,096.62
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 0.81	\$ 0.92	\$ 0.97	\$ 0.94	

5. PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EL PERIODO DE 2006 AL
2010.
(Cifras expresadas en dólares americanos)**

CONCEPTOS	PERIODO ANUAL				
	1	2	3	4	5
Volumen de Producción (lbs)	17,540	18,556	20,127	21,793	22,993
Materia Prima	\$10,171.98	\$10,762.37	\$11,659.96	\$12,617.33	\$13,336.74
Mano de Obra D. CIF	\$3,462.96	\$3,746.74	\$3,746.74	\$3,746.74	\$3,746.74
Electricidad	\$ 300.00	\$ 323.73	\$ 342.16	\$ 370.48	\$ 390.88
Agua	\$ 180.00	\$ 185.56	\$ 201.27	\$ 217.93	\$ 229.93
Empaque	\$ 813.20	\$ 927.80	\$ 1,006.35	\$ 1,089.65	\$ 1,149.65
Guantes	\$ 18.00	\$ 21.00	\$ 24.00	\$ 27.00	\$ 30.00
Medidores	\$ 36.00	\$ 48.00	\$ 60.00	\$ 72.00	\$ 84.00
Delantales	\$ 18.00	\$ 24.00	\$ 30.00	\$ 36.00	\$ 42.00
Depreciación	\$ 517.15	\$ 517.15	\$ 517.15	\$ 517.15	\$ 517.15
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$15,517.29	\$16,556.35	\$ 17,587.63	\$ 18,693.78	\$ 19,527.12

6. COSTO DE MATERIALES DIRECTOS POR PRODUCTO

AÑOS	CAFÉ			CHOCOLATE			HORCHATA			CEREAL			TOTAL
	UNI.	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	UNI.	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	UNI.	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	UNI.	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	
2006	10,280		\$5,448.40	4,204		\$2,694.66	1827		\$1,242.36	1,229		\$786.56	\$10,171.98
2007	10,829		\$5,739.37	4,515		\$2,889.60	1,943		\$1,321.24	1,269		\$812.16	\$10,762.37
2008	11,880	\$ 0.53	\$6,296.40	4,743	\$ 0.64	\$3,035.52	2,137	\$0.68	\$1,453.16	1,367	\$0.64	\$874.88	\$11,659.96
2009	12,941		\$6,858.73	5,055		\$3,235.20	2,333		\$1,586.44	1,464		\$936.96	\$12,617.33
2010	13,454		\$7,130.62	5,448		\$3,486.72	2,529		\$1,719.72	1,562		\$999.68	\$13,336.74
			\$31,473.54			\$15,341.70			\$7,322.92			\$4,410.24	\$58,548.38

7. COSTO DE LA MANO DE OBRA

AÑO	No. DE EMPLEADOS	SUELDO BASE	TOTAL SUELDOS POR AÑO	AGUINALDOS	VACACIONES	TOTAL MANO DE OBRA POR AÑO
2006	2	\$ 144.29	\$ 3,462.96			\$ 3,462.96
2007	2	\$ 144.29	\$ 3,462.96	\$ 96.20	\$ 187.88	\$ 3,746.74
2008	2	\$ 144.29	\$ 3,462.96	\$ 96.20	\$ 187.88	\$ 3,746.74
2009	2	\$ 144.29	\$ 3,462.96	\$ 96.20	\$ 187.88	\$ 3,746.74
2010	2	\$ 144.29	\$ 3,462.96	\$ 96.20	\$ 187.88	\$ 3,746.74
					TOTAL	\$ 18,449.92

8. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL, TOTAL FIJA Y DIFERIDA

Para la construcción de la planta para la elaboración de los productos derivados de la soya, es necesario seguir los siguientes pasos: Primero hacer el descapotamiento del terreno para un área de 73 metros cuadrados al cual será necesario hacer pruebas de suelo a través del método de barrilometro, para verificar el nivel del compactamiento que necesita el terreno.

Posteriormente, fabricar soquetes y desmoldarlos después de tres días e instalarlos según el plano de construcción.

Luego realizar el levantamiento de estructura e instalación de paredes. Además, la instalación de techo para proceder a la instalación eléctrica e hidráulica de la planta.

También el concretado de piso y la instalación de puertas, ventanas y lava trastos.

Finalmente hacer un curado de piso a través de la impregnación de agua y seguir con el acomodamiento de equipo y utensilios.

A continuación se detallan los diferentes gastos que constituyen la Inversión Inicial Fija y Diferida del proyecto.

Legalización del Proyecto

TRAMITE	COSTO TOTAL
Constitución de la Empresa	\$ 600.00
Legalización del Sistema Contable	500.00
Inscripción Balance Inicial	17.00
Inscripción de Marca	300.00
Total	\$ 1,417.00

9. MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN

a)Materiales

NOMBRE	MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
Piso de área	Concreto	73.00 mts ²	\$ 15.00	\$ 1,095.00
Cuartones de 5 v.	Madera	11	\$ 5.00	\$ 55.00
Cuartones de 3 v.	Madera	33	\$ 3.00	\$ 99.00
Costanera de 3 v.	Madera	273	\$ 2.00	\$ 546.00
Lamina # 28 de 3*1	Metálica	164	\$ 10.00	\$ 1,640.00
Soquete	Concreto	33	\$ 10.00	\$ 330.00
Otros	Diversos			\$ 98.00
TOTAL				\$3,863.00

b)Mano de obra para la Construcción

NOMBRE	RECURSO	CANTIDAD	SALARIO	MONTO TOTAL
Mano de obra	Humano	2	\$200.00	\$400.00
TOTAL				\$400.00

c)Maquinaria y Equipo

NOMBRE	MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO TOTAL
Bascula pequeña	Aluminio	2	\$100.00	\$ 200.00
Molino Manual	Metálico	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Molino Industrial	Metálico	1	\$120.00	\$ 120.00
Mezcladora	Metálica	1	\$300.00	\$ 300.00
Pila o tanque de agua	Concreto	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Horno	Industrial	1	\$1,100.00	\$1,100.00
Mobiliario para baños	Porcelana	2	\$200.00	\$ 200.00
Escritorio con silla	Dura panel	1	\$50.00	\$ 50.00
TOTAL				\$2,060.00

d) Terreno

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR	MONTO TOTAL
Terreno	153 mts ²	\$7.84 C/mt ²	\$1,200

e) Cuadro integrado de la Inversión Total

TIPO DE ACTIVO	RUBRO	MONTO TOTAL
Tangible	Materiales para la construcción.	\$3,863.00
	Maquinaria y Equipo	\$2,060.00
	Terreno	\$1,200.00
Intangible	Mano de obra para la construcción	\$ 400.00
	Legalización del proyecto	\$ 1,417.00
	Implementación Plan Operativo	\$ 1,874.24
	Capital de trabajo	\$ 252.64
Inversión Total		\$11,066.88

10. DEPRECIACIÓN

a. Depreciación de la maquinaria

El Método que se utilizará para estimar los costos por la depreciación de la Maquinaria será el Método de la Línea Recta, considerando el 20% para un período de 5 años.

Maquinaria a Depreciar:

Molino Industrial, Horno Industrial, Mezcladora

MAQUINARIA	INVERSIÓN INICIAL	TASA DE DEP.	DEPRECIACIÓN AÑO 1	DEPRECIACIÓN AÑO 2	DEPRECIACIÓN AÑO 3	DEPRECIACIÓN AÑO 4	DEPRECIACIÓN AÑO 5
Molino Industrial	\$ 120.00	20%	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00
Horno Industrial	\$1,100.00	20%	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00
Mezcladora	\$ 300.00	20%	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00

b. Depreciación de las instalaciones

El método a través del cual se calcularán los costos por depreciación de las instalaciones de la planta de producción es el Método de Línea recta para un período de 20 años y con una tasa del 5% anual.

INSTALACIÓN A DEPRECIAR	INVERSIÓN INICIAL	TASA DE DEP.	DEP. AÑO 1	DEP. AÑO 2	DEP. AÑO 3	DEP. AÑO 4	DEP. AÑO 5..	DEP. AÑO 20
Instalaciones de la planta de producción	\$ 4,263	5%	\$213.15	\$213.15	\$213.15	\$213.15	\$213.15	\$213.15

11. PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO PARA EL PERIODO DE 2006 AL 2010.

(Cifras expresadas en dólares americanos)

CONCEPTO	PERIODO ANUAL				
	1	2	3	4	5
ACTIVO					
CIRCULANTE					
Caja	\$126.33	\$135.71	\$147.89	\$160.09	\$172.28
Inventario	\$210.53	\$226.18	\$246.50	\$266.82	\$287.14
PASIVO					
CIRCULANTE					
Cuentas por pagar	\$84.22	\$90.47	\$98.60	\$106.73	\$114.86
CAPITAL DE TRABAJO	\$252.64	\$271.42	\$295.79	\$320.18	\$344.56
Incremento del Capital De Trabajo	\$252.64	\$18.78	\$24.37	\$24.39	\$24.41

12. BALANCE GENERAL PROYECTADO

" RICA SOYA " COMITÈ DE MIZATA

BALANCE GENERAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.

(Cifras expresadas en dólares)

ACTIVOS		PASIVOS	
<i>Activo Circulante</i>		<i>Pasivo Circulante</i>	
Caja	\$ 126.33	Cuentas por pagar	\$ 84.22
Inventarios	\$ 210.55	Acreedores Varios	\$ 1,417.00
Total Activo Circulante	\$ 336.88	Total Pasivo	\$ 1,501.22
<i>Activo Fijo</i>		CAPITAL	
Maquinaria y Equipo	\$ 2,060.00	Capital Social	\$ 2,482.66
Edificio	\$ 4,263.00	Donaciones	\$ 5,293.00
Terreno	\$ 1,200.00	Total Capital	\$ 7,775.66
<i>Activo Diferido</i>			
Gastos de Org.	\$ 1,417.00		
Total Activo Fijo y Diferido	\$ 8,940.00		
Total Activos	<u>\$ 9,276.88</u>	Total Pasivo + Capital	<u>\$ 9,276.88</u>

13. FLUJO DE EFECTIVO

" RICA SOYA " COMITÈ DE MIZATA

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006

(Cifras expresadas en dólares Americanos)

	2006	2007	2008	2009	2010
Ventas	25,266	29,440	31,942.50	34,588	36,535
(-)costos Variables	15,000.14	16,039.2	17,070.48	18,176.63	19,009.9
Sueldos	1,779.57	1,959.57	2,139.57	2,319.57	2,499.57
Depreciación	517.15	517.15	517.15	517.15	517.15
Total de costos	<u>17,296.86</u>	<u>18,515.92</u>	<u>19,727.20</u>	<u>21,013.35</u>	<u>22,026.62</u>
Utilidad antes de Impuestos	7,969.14	10,924.08	12,215.30	13,574.65	14,508.38
(-)Impuestos	<u>1,861.95</u>	<u>2,552.35</u>	<u>2,854.04</u>	<u>3,171.64</u>	<u>3,389.81</u>
Utilidad después de Impuestos	6,107.19	8,371.73	9,661.26	10,403.01	11,118.57
(+)Depreciación	<u>517.15</u>	<u>517.15</u>	<u>517.15</u>	<u>517.15</u>	<u>517.15</u>
Flujo Neto de Operación	6,624.34	8,888.88	10,178.41	10,920.16	11,635.72
(-)Capital de Trabajo necesario	252.64	271.42	295.79	320.18	344.56
Flujo Neto	<u>6371.70</u>	<u>8,617.46</u>	<u>9,882.62</u>	<u>10,559.98</u>	<u>11,291.16</u>

14. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

a. Valor Presente Neto

El método utilizado para la evaluación económica es el Valor Presente Neto (VPN):

La formula para obtener el Valor Presente Neto es:

$$\text{VPN:} \quad - P + \frac{\text{FNE}_1}{(1+\text{TMAR})^1} + \frac{\text{FNE}_n}{(1+\text{TMAR})^n}$$

Donde:

P: Inversión Inicial

FNE: Flujo Neto de Efectivo

TMAR: Tasa Mínima de Aceptación

$$\text{VPN} = 11,066.88 + \frac{6,371.70}{(1+0.06)^1} + \frac{8,617.43}{(1+0.06)^2} + \frac{9,882.62}{(1+0.06)^3} + \frac{10,559.98}{(1+0.06)^4} + \frac{11,291.16}{(1+0.06)^5}$$

$$\text{VPN} = -11,066.88 + 6,011.04 + 7,669.48 + 8,297.63 + 8,364.26 + 8,437.41$$

$$= - 11,066.88 + 38,779.82$$

$$\text{VPN} = \$ \quad 27,712.94$$

Al evaluar la inversión a través del método del valor presente neto se acepta la inversión en el proyecto ya que el valor obtenido es positivo y fue evaluado con una tasa atractiva en el mercado del 6% por lo que este porcentaje constituye el rendimiento máximo que tendrá el dinero puesto en otra alternativa de inversión la cual representa el costo de capital o de oportunidad de invertir en este proyecto y desechar otros como la inversión en el sistema financiero con cuentas a plazo fijo o invertir en valores negociables.

b. TIR: Tasa Interna de Retorno

Para la evaluación a través del método de la tasa interna de retorno se hará uso de la siguiente fórmula.

$$i: -P \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

DONDE:

P: Inversión Inicial

FNE: Flujo Neto de Efectivo

i: Tasa Interna de Retorno

$$i : 11,066.88 + \frac{6,371.70}{(1+0.683)^1} + \frac{8,617.43}{(1+0.683)^2} + \frac{9,882.62}{(1+0.683)^3} + \frac{10,559.98}{(1+0.683)^4} + \frac{11,291.16}{(1+0.683)^5}$$

$$i = - 11,066.88 + 3,785.92 + 3,042.35 + 2,073.10 + 1,316.22 + 836.22$$

$$i = - 11,068.88 + 11,068.88$$

$$i = 0$$

La Tasa Interna de Retorno del Proyecto es del 68.3% siendo mayor al costo de capital del proyecto (6%) por lo tanto se invierte en el proyecto con esta tasa.

15. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

Para la evaluación y seguimiento del proyecto se deben considerar tres grandes tales como:

- Mercadeo
- Producción
- Económico

Mercadeo. En esta área se deberán considerar los siguientes aspectos:

- Comparación del pronóstico de venta para ese año contra las ventas reales de ese año.
- Comparación de las ventas antes y después de una campaña publicitaria.
- Análisis de los productos que tuvieron mayores ventas en el año.
- Identificación de los cantones que presentan mayor aceptación para los productos.

Producción:

- Evaluación de la calidad de los productos.
- Cantidad de productos defectuosos.
- Cantidad de desperdicios en la producción.

- Número de pasos durante la producción y las causas que le dieron origen.

Económico:

- Comparación del Estado de Resultados proyectado para un año contra los gastos reales originados en ese año.
- Evaluación de la recuperación de la Inversión Inicial.
- Liquidez financiera.

16. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

No.	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	COSTOS	DURACIÓN	MES 1	MES 2	MES 3
1	Inicio		0 días			
2	Tramites Legales	\$ 1,417	15 días			
3	Gestión de Recursos Financieros	\$ 20.00	19 días			
4	Construcción	\$ 4,263	22 días			
5	Equipamiento: Gestión de compra de maquinaria y equipo	\$ 2,060	6 días			
6	Contratación de Recursos Humanos Compra de Materia Prima y Materiales	\$ 15.00 \$830.71	5 días			
7	Puesta en Marcha	\$ 25.00	0 días			

CONCLUSIONES

En El Estudio Técnico se determinó que existe disponibilidad de recursos para la implementación y funcionamiento del proyecto.

En El Estudio Económico se determinaron los siguientes aspectos:

- Las ventas proyectadas para el 2006 serán de \$25,266.
- Se tendrá una Utilidad Neta Proyectad de \$4,764.93
- Los costos de producción para primer año serán de \$15,369.61.
- La inversión total, fija y diferida es de \$6,323.

La evaluación económica del proyecto brindo resultados favorables para la inversión ya que la tasa interna de retorno del proyecto es superior a su costo de capital con en 67.16% y un 6% respectivamente. Además al ser evaluado por otra alternativa de inversión esta presenta una mayor rentabilidad económica; y una recuperación de la inversión en el segundo año.

Fundamentado en lo anterior se concluye que en la actualidad existe factibilidad para la industrialización y comercialización de los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata afiliadas a la Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña (CONFRAS).

RECOMENDACIONES

Seguir los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico y Operativo ya que estos se adaptan a las características del mercado meta. Sin embargo si durante el funcionamiento se presentan nuevas oportunidades que contribuyan al incremento de las ventas se pueden realizar los ajustes pertinentes.

Adquirir la maquinaria y equipo en el país, brindar entrenamiento y capacitación a la Mano de Obra requerida y seguir los lineamientos para el control de calidad para los aspectos de calidad que establezca el Ministerio de Salud.

Mantener precios competitivos y evaluar los costos de materia prima constantemente, a fin de que estos no incrementen los costos unitarios. Además considerar la inversión a futuro de las adquisiciones de otra maquinaria si se considera pertinente.

Invertir en el proyecto ya que es la mejor alternativa de inversión para las Mujeres miembros del Comité de Mizata ya que esta tiene una atractiva tasa de rendimiento del proyecto.

Industrializar y comercializar los productos derivados de la Soya elaborados por el Comité de Mujeres de Mizata debido a que se ha determinado su factibilidad.

GLOSARIO

Costo de Operación: Son desembolsos realizados en rubros destinados a la producción de bienes o servicios como al funcionamiento y manejo de la organización.

Demanda: Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para la satisfacción de sus necesidades.

Demanda potencial insatisfecha: Cantidad de bienes o servicios que es posible que el mercado consuma en los años futuros y que ningún productos podrá satisfacer.

Ingeniería del proyecto: Son los procesos tecnológicos necesarios para obtener el volumen de producción definido en el estudio de mercado.

Mercado: Área en que convergen oferentes y demandantes para realizar las transacciones de bienes o servicios.

Misión: Es la forma en que una institución planea alcanzar las metas propuestas.

Oferta: Cantidad de bienes y servicios que los productores ponen a disposición del mercado

Proceso: Método sistemático para manejar actividades.

Proceso de producción: Procedimiento técnico que se utiliza para obtener bienes o servicios a partir de insumos, los cuales son sometidos a transformaciones con el fin de obtener un producto final.

Producto: Conjunto de bienes o servicios que satisfacen una necesidad.

Proyecto: Es la búsqueda de una selección inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre muchos una necesidad.

Tamaño de un proyecto: Es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

Tasa Interna de Retorno: Tasa de descuento que hace que el valor presente de los ingresos sea igual a la inversión neta relacionada con un proyecto.

Visión: Es lo que una organización se propone ser en un futuro.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS.

Baca Urbina, Gabriel. "Formulación y Evaluación de Proyectos, 3ª Edición, Mc. Graw Hill, México, 2000.

Hiebing, R. & Cooper, S. (1992). Cómo preparar un exitoso plan de mercadotecnia. (1ª Edición). México: Mc Graw-Hill.

Schoell, W. F. & Gultinan, J. P. (1991). Mercadotecnia conceptos y practicas modernas. (3ª. Edición). México: Prentice Hall.

Stantón, W., Etzel, M., & Walter, B. (2000). Fundamentos de Marketing. (11ª Edición). México: Mc Graw Hill

Vasili, Cerne y Sentés, Jorge. "La Soya". Ed. Sentés, S.A. Barcelona, 1975.

Zorrilla Arena, S., "Introducción a la metodología de la investigación: casos aplicados a la administración", Edición Océano, Mexico, 1987.

TESIS

Aguilar Aquino, Ana Gabriela. "Estudio de Factibilidad Técnico-Económico para la Comercialización del Loroco producido por la Asociación Cooperativa de Reforma Agraria Hacienda la Maroma en cinco departamentos de la Zona Oriental" Universidad de El Salvador. 2004.

Alvarado Calderón, Edgardo Antonio. "Estudio de Factibilidad de Implementación de una Videoteca como apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador." Universidad de El Salvador.

Hernández Ramírez, Ernesto. "Estudio de Factibilidad de la Producción y Comercialización de Camisas escolares masculinas como alternativa de fuente de trabajo en la comunidad Emiliani Valle Zapotitán Departamento de la Libertad". Universidad de El Salvador. 1994.

Ochoa Pinto, Rafael Moisés "Estrategias de Comercialización para los principales productos alimenticios derivados de Soya en el área Metropolitana de San Salvador". Universidad de El Salvador. 1985.

FOLLETOS

Boletín Informativo No. 1 CONFRAS

Rivas Romero, Mauricio Alberto. "Material de Apoyo de la Asignatura Formulación y Evaluación de Proyectos, Facultad de Ciencias Económicas". Universidad de El Salvador. Ciclo II/2004.

PAGINAS WEB VISITADAS

WWW.monografias.com

WWW.monitorsoya.com

ANEXOS

ANEXO 1

TABULACIÓN DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

I. Datos del Encuestado

NOMBRE DEL CANTÓN

NOMBRE DEL CANTÓN	Fa	Fr
El Ángel	26	15%
Los Izotes	2	1%
El Matazano	5	3%
El Níspero	20	12%
Mizata	96	56%
San Benito	9	5%
San Isidro	3	2%
Santa María	7	4%
San Marcos	2	1%
Sihuapilapa	2	1%
Total	172	100%

SEXO

SEXO	Fa	Fr
Masculino	48	28%
Femenino	124	72%
Total	172	100%

EDAD

EDAD	Fa	Fr
De 15 a 25 años	39	23%
De 26 a 35 años	80	46%
De 36 a 45 años	36	21%
De 46 a 55 años	8	5%
Más de 56 años	9	5%
Total	172	100%

NIVEL DE INGRESOS

NIVEL DE INGRESOS	Fa	Fr
Entre \$100 a \$150	2	1%
Entre \$150 a \$200	22	13%
Entre \$200 a \$250	86	50%
Entre \$250 a \$300	39	23%
Entre \$300 a más	23	13%
Total	172	100%

II. DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

Pregunta No. 1

¿Consume productos derivados de la Soya? Si su respuesta es afirmativa pasar a la pregunta No. 4, de lo contrario pasar a la siguiente.

Objetivo

Identificar quienes consumen productos derivados de la Soya en el Municipio de Teotepeque.

Cuadro No.1

ALTERNATIVA	Fa	Fr
Si	134	78%
No	38	22%
TOTAL	172	100%



COMENTARIO

Del 100% de la población encuestada el 78% consume productos derivados de la Soya, mientras que un 22% no los consume. Por lo tanto esta mayoría constituyen la demanda real de los productos derivados de la Soya, en el Municipio de Teotepeque.

La cual se cuantificó para verificar la existencia de demanda potencial insatisfecha para estos productos.

Pregunta No. 2

¿Le gustaría consumir productos derivados de la Soya?

Objetivo

Identificar futuros compradores de los productos derivados de la Soya en el Municipio de Teotepeque.

Cuadro No. 2

ALTERNATIVA	Fa	Fr
Si	38	100%
No	0	0%
TOTAL	38	100%



COMENTARIO

El 100% de la población que no esta consumiendo productos derivados de la Soya manifestó que si les gustaría consumirlos en un futuro Los cuales probablemente constituyan futuros clientes potenciales para estos productos; considerando que aunque no los consumen no muestran resistencia para llegar a comprarlos.

Pregunta No. 3

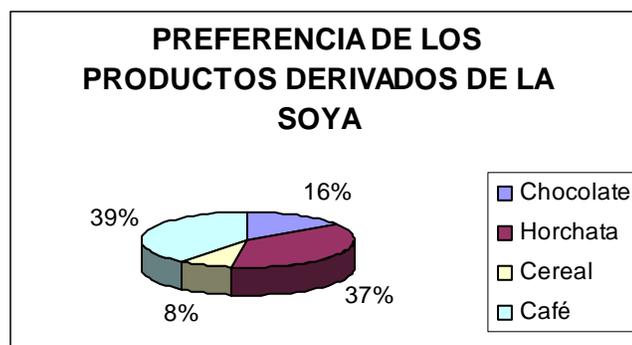
¿Cuál producto derivado de la Soya le gustaría consumir?

Objetivo

Conocer cuál producto derivado de la Soya les gustaría consumir a los futuros compradores.

Cuadro No.3

ALTERNATIVA	Fa	Fr
Chocolate	6	16%
Horchata	14	37%
Cereal	3	8%
Café	15	39%
TOTAL	38	100%



COMENTARIO

Del 100% de la población que actualmente no está consumiendo los productos a base de soya un 39% tendría preferencia por el consumo de café, seguidamente por un 37% por la horchata,

un 16% por el chocolate y finalmente un 8% por el cereal. Por lo tanto se determinó que los productos que los posibles clientes potenciales comprarían en mayor cantidad son el café y la horchata de soya seguido por el chocolate y el cereal.

Pregunta No. 4

¿Cuál producto derivado de la Soya compra?

Objetivo

Conocer cuál producto derivado de la Soya compran más los pobladores del Municipio de Teotepeque que si los consumen.

Cuadro No.4

ALTERNATIVA	Fa	Fr
Chocolate	35	26%
Horchata	24	18%
Cereal	12	9%
Café	63	47%
TOTAL	134	100%



COMENTARIO

Del total de la población que si esta consumiendo los productos a base de soya, un 47% demanda Café, seguido por el chocolate con un 26%, la horchata con un 18% y finalmente el cereal con un 9%. Los resultados demostraron que el producto más demandado es el café, seguido por el chocolate, la horchata y el cereal.

Pregunta No. 5

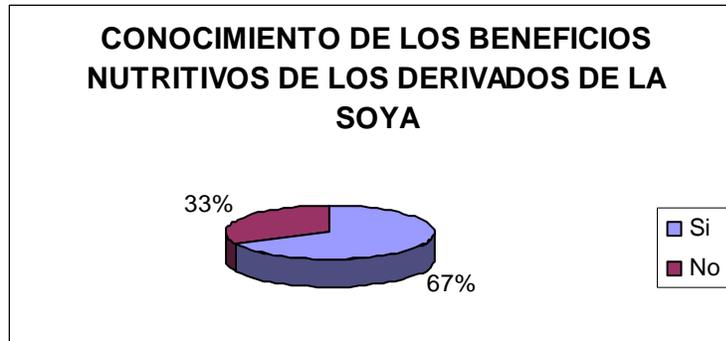
¿Conoce los beneficios alimenticios que ofrecen los productos derivados de la Soya?

Objetivo

Determinar si las personas conocen los beneficios nutritivos que poseen los productos derivados de la Soya.

Cuadro No. 5

ALTERNATIVA	Fa	Fr
Si	116	67%
No	56	33%
TOTAL	172	100



COMENTARIO

Es evidente que la mayoría de las personas conocen los beneficios nutritivos que ofrecen los productos derivados de la Soya ya que un 63% lo afirma; mientras que un 37% no los conoce.

Pregunta No. 6

¿Con qué frecuencia realiza la compra del producto derivado de la soya seleccionado? Favor pasar a pregunta No.7.

Objetivo

Determinar la frecuencia con que las personas encuestadas compran chocolate, cereal, café y horchata.

Cuadro No.6

Alternativa	Chocolate		Horchata		Cereal		Café		Total	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
Diariamente	10	7%	6	4%	5	4%	50	37%	71	52%
Semanalmente	19	14%	15	12%	4	3%	8	6%	46	35%
Mensualmente	6	4%	2	1%	2	2%	4	3%	14	10%
Anualmente			1	1%	1	1%	1	1%	3	3%
								TOTAL	134	100%

COMENTARIO

Del 100% de la población demandante de los productos derivados de la soya, un 52% efectúa diariamente la compra de los siguientes productos: café 37%, chocolate 7%, horchata 4%, cereal 4%. Se puede observar que el café es el producto con mayor frecuencia de compra diaria en la zona, lo cual indica que el nivel de consumo es alto y consideradamente alto en relación a los demás.

Mientras que un 35% realiza semanalmente la compra de dichos productos distribuidos de la siguiente manera: café 6%, horchata 12%, chocolate 14% y cereal 3%. El chocolate es el producto a base de soya que mas compran una vez por semana los actuales demandantes. Seguidamente un 10% realiza la compra mensualmente distribuidos así: chocolate 4%, café 3%, horchata 1% y cereal 2%. Finalmente un 3% realiza anualmente la compra de estos productos distribuidos así: horchata 1%, café 1% y cereal 1%.

Pregunta No. 7

¿En qué cantidad compra el producto de la soya seleccionado?

Favor pasar a la pregunta No.8.

Objetivo

Conocer las cantidades de consumo que adquieren los compradores de chocolate, cereal, horchata y café.

Cuadro No.7

Alternativa	Chocolate		Horchata		Cereal		Café		Total		
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	
0-5 libras	23	17%	20	15%	9	6%	60	45%	112	83%	
5-10 libras	5	3%	4	3%	2	1%	2	2%	13	10%	
10-15 libras	7	5%	0	0%	1	1%	1	1%	9	7%	
15-20 libras	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
20 libras a más	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
								TOTAL	134	100%	

COMENTARIO

Del total de la población que consume los productos derivados de la soya, un 83% compra de 0-5 libras distribuidos así: chocolate 17%, horchata 15%, café 45% y cereal 6%.

Mientras que un 35% compran de 5-10 libras distribuidas así: chocolate 3%, horchata 3%, café 2% y cereal 1%.

Finalmente un 7% compra de 10-15 libras de producto distribuidas de la siguiente manera: chocolate 5%, café 1% y cereal 1%. Además se determinó que las cantidades de compra que más se demandan son las que oscilan entre 0 a 5 libras correspondientes al café de soya.

Lo anterior muestra que los actuales demandantes tienen un hábito de compra diario que probablemente sea atribuido a que son productos perecederos

Pregunta No. 8

¿Cuál es el precio por libra que paga por los productos derivados de la Soya seleccionado?

Objetivo

Conocer los precios por libra que pagan los actuales consumidores por los productos derivados de la Soya.

Cuadro No.8

Alternativa	Chocolate		Horchata		Café		Cereal		Total	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
De \$1.00 a \$ 1.50	30	22%	15	11%	20	15%	6	5%	71	53%
De \$1.51 a \$ 2.00	4	3%	8	6%	40	30%	5	3%	57	42%
De \$2.01 a \$ 2.50					6	5%			6	5%
	34	25%	23	17%	66	50%	11	8%		
							TOTAL		134	100%

COMENTARIO

Al interrogar al 100% de las personas consumidora de los productos derivados de la soya acerca del precio por libra que paga un 53% compra los productos de \$1.00 a \$1.50 distribuidos así: el chocolate un 22%, la horchata un 11%, el café un 15% y el cereal un 5%. Mientras que un 42% asegura

pagar de \$1.51 a \$2.00 por libra distribuidos de la siguiente manera: el chocolate un 3%, la horchata 6%, el café un 29% y el cereal un 3%. Finalmente un 4.48% dijo pagar por el café entre \$2.01 a \$2.00 por libra.

Pregunta No. 9

¿Con qué frecuencia compraría el producto derivado de la Soya?

Seleccionado.

Objetivo

Conocer la frecuencia con que los posibles compradores adquirirán los productos derivados de la Soya.

Cuadro No. 9

Alternativa	Chocolate		Horchata		Cereal		Café		Total	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
Diariamente	5	13%	3	8%	1	3%	9	23%	18	47%
Semanalmente	1	3%	9	23%	1	3%	4	10%	15	39%
Mensualmente	0	0%	1	3%	1	3%	2	5%	4	11%
Anualmente	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	3%
Total	6	15%	14	37%	3	9%	15	39%	38	100%

COMENTARIO

Según los resultados anteriores el producto derivados de la Soya que posiblemente tendría mayor aceptación diariamente

para las personas que no están comprando y que si les gustaría adquirirlos seria el café con un 23%, seguido por chocolate con 13%, la horchata con 8% y cereal tendría un menor consumo con un 3%. Mientras que semanalmente el derivado de la Soya con mayor consumo seria la horchata con un 23%, el café con un 10%, el chocolate con el cereal tendrían un consumo igual equivalente a un 3%.

Mensualmente el café seria el producto mayor demandado con un 5% y la horchata con el cereal tendrían un mismo nivel de aceptación con un 3%. Anualmente, la horchata seria el único producto con un nivel consumo equivalente a 3%.

Pregunta No. 10

¿En que cantidad compraría el producto derivado de la Soya?

Seleccionado

Objetivo

Conocer las cantidades que se adquirirán de los productos derivados de la Soya en el Municipio de Teotepeque.

Cuadro No.10

Alternativa	Chocolate		Horchata		Cereal		Café		Total	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
0 – 5 Libras	5	13%	13	34%	3	8%	10	26%	31	81%
5 – 10 Libras	1	3%	1	3%	0	0%	5	13%	7	19%
10 – 15 Libras	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
15 – 20 Libras	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	6	16%	14	37%	3	8%	15	39%	38	100%

COMENTARIO

Al interrogar a la población que no está consumiendo los productos derivados de la Soya respecto a las cantidades en que adquirirían dichos productos se obtuvo el siguiente resultado: el 13% comprará de 0 a 5 libras de chocolate, otro 3% comprará de 5 a 10 libras de chocolate también. Seguido por un 34% que comprarán horchata de 0 a 5 libras y otro 3% comprarán horchata de 5 a 10 libras. Por otra parte un 8% comprará cereal de 0 a 5 libras. Finalmente un 26% comprarán café de 0 a 5 libras así como también un 13% comprarán café de 5 a 10 libras. Es evidente que la población tiene preferencia por la compra de café es decir este es el producto que tendrá mayor demanda en la zona.

Pregunta No. 11

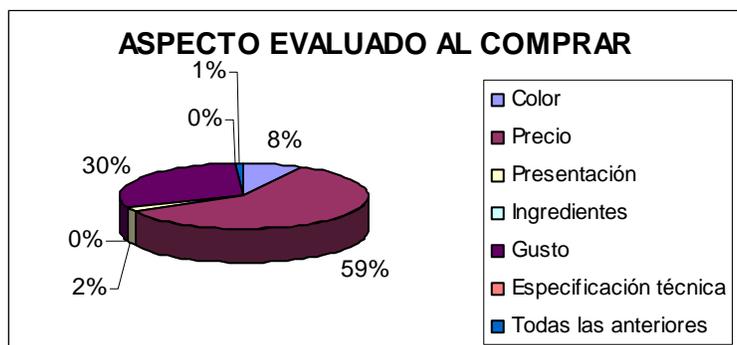
¿Cuál de los siguientes aspectos es el que considera más importante al comprar un producto alimenticio?

Objetivo

Identificar el aspecto más importante para los compradores al momento de realizar la compra.

Cuadro No. 11

Alternativa	Fa	Fr
Color	13	8%
Precio	102	59%
Presentación	4	2%
Ingredientes	0	0%
Gusto	51	30%
Especificación técnica	0	0%
Todas las anteriores	2	1%
Total	172	100%



COMETARIO

Al evaluar el aspecto que las personas consideran al momento de comprar un producto se obtuvieron los siguientes resultados, el 59% mencionó el precio, un 30% dijo el gusto, otro 8% manifestó el color, el 2% la presentación y solamente el 1% mencionó todas las anteriores.

Es decir que la característica más importante para los compradores es el precio y el gusto que tengan los productos.

Pregunta No. 12

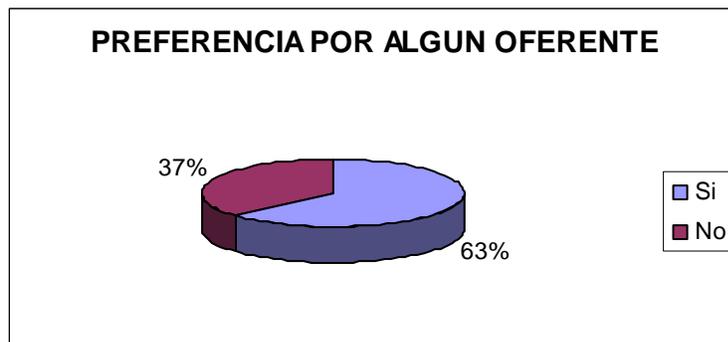
¿Tiene preferencia por algún oferente de productos derivados de la Soya?

Objetivo

Identificar si existe preferencia por algún oferente de los productos derivados de la soya.

Cuadro No.12

Alternativa	Fa	Fr
Si	85	63%
No	49	37%
Total	134	100%



COMENTARIO

Al cuestionar respecto a la existencia de preferencia por algún oferente de los productos derivados de la soya se

determinó que el 63% si tiene preferencia. Mientras que un 37% no la tiene. La mayoría de los actuales demandantes no tienen preferencia por algún oferente de los productos derivados de la soya.

Pregunta No. 13

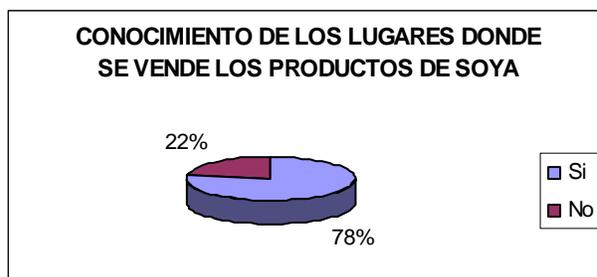
¿Conoce los lugares donde se venden los productos derivados de la Soya?

Objetivo

Determinar si los compradores conocen los lugares donde se distribuyen los productos derivados de la soya.

Cuadro No. 13

Alternativa	Fa	Fr
Si	134	78%
No	38	22%
Total	172	100%



COMENTARIO

Del 100% de la población objeto de estudio el 78% conoce los lugares en donde se venden los productos derivados de la soya y únicamente el 22% de la población no lo conoce.

Pregunta No.14

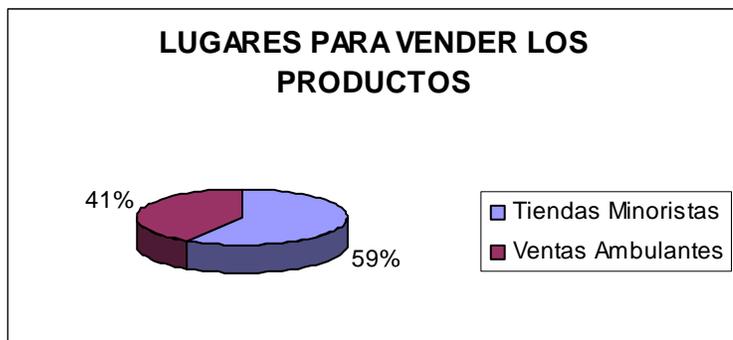
¿En qué lugar le gustaría comprar los productos derivados de la soya?

Objetivo

Determinar los lugares en donde a los consumidores les gustaría adquirir los productos derivados de la soya.

Cuadro No.14

Alternativa	Fa	Fr
Tiendas Minoristas	101	59%
Ventas Ambulantes	71	41%
Total	172	100%



COMENTARIO

Al preguntar a las personas respecto al lugar en donde les gustaría comprar los productos derivados de la soya se determinó que un 59% prefieren que estos sean vendidos en tiendas minoristas, no así para un 41% que dijeron las ventas ambulantes. Según lo anterior los dos intermediarios son aceptados por la población, por los beneficios que cada uno ofrece.

Pregunta No. 15

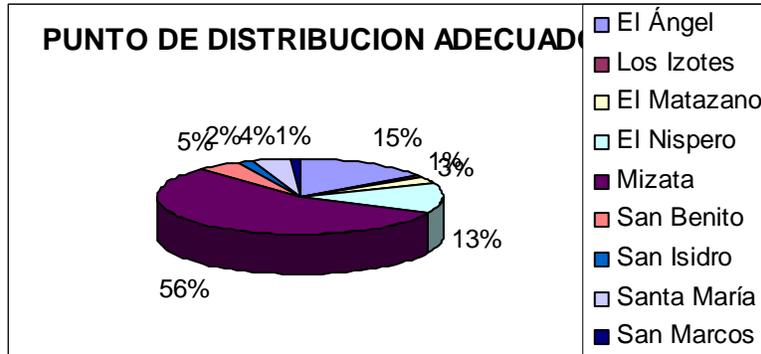
Si existiera un punto de distribución para los productos derivados de la Soya ¿En qué cantón le gustaría que se estableciera?

Objetivo

Conocer cuál es el cantón (es) de preferencia para que sirva como punto de distribución para los productos derivados de la Soya.

Cuadro No. 15

Alternativas	Fa	Fr
El Ángel	26	15%
Los Izotes	2	1%
El Matazano	5	3%
El Níspero	22	13%
Mizata	94	55%
San Benito	9	5%
San Isidro	3	2%
Santa María	7	4%
San Marcos	2	1%
Sihuapilapa	2	1%
TOTAL	172	100%



COMENTARIO

Al preguntar a las personas en qué cantón les gustaría que se estableciera un punto de distribución para los productos derivados de la Soya un 55% manifestó que se instalará en Mizata, otro 15% prefiere el Cantón El Ángel, el 13% menciona El Níspero, el 5% manifestó que se instalara en San Benito,

es decir que la población objeto de estudio tiene preferencia por que se instale un punto de distribución en Mizata y esto se debe a que dicho Cantón es el que les queda más accesible.

Pregunta No. 16

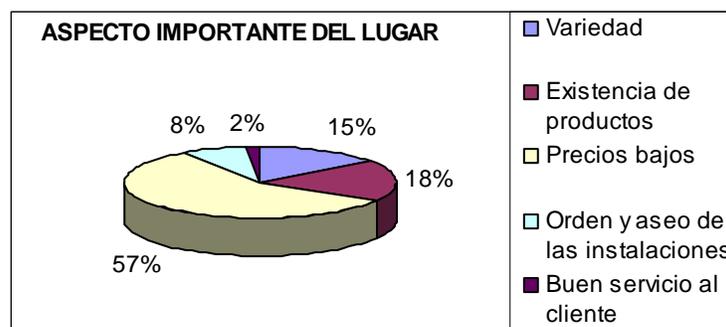
Para usted ¿cuál aspecto es el más importante del lugar donde se venden los productos derivados de la Soya?

Objetivo

Identificar la expectativa más importante de los posibles compradores y compradores actuales de los productos derivados de la Soya respecto a los lugares de venta.

Cuadro No.16

ALTERNATIVA	Fa	Fr
Variedad	26	15%
Existencia de productos	31	18%
Precios bajos	96	57%
Orden y aseo de las instalaciones	13	8 %
Buen servicio al cliente	3	2%
TOTAL	172	100%



COMENTARIO

Del 100% de la población encuestada un 56% mencionó que lo que esperaría de los lugares donde se vendieran los productos derivados de la Soya es que se les proporcione precios bajos, otro 18% que hayan productos en existencia, un 15% que haya variedad de productos, otro 8% indico el orden y aseo en las instalaciones mientras que un 2% mencionó el buen servicio al cliente.

Se pudo identificar que las expectativas de los actuales y posibles compradores de los productos derivados de la Soya respecto al lugar donde estos se vendan es que se les proporcione precios bajos al momento de realizar sus compras.

Pregunta No. 17

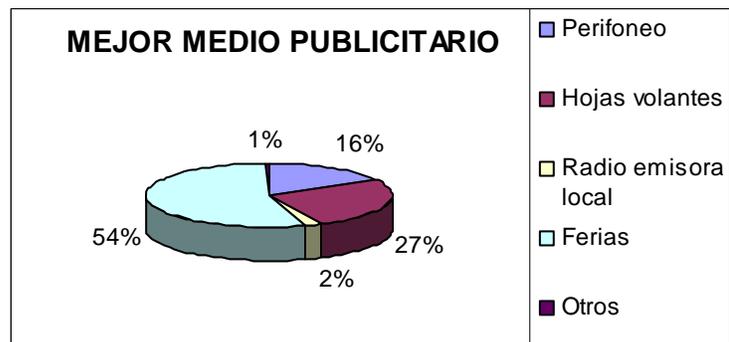
Para usted, ¿Cuál es el mejor medio publicitario para dar a conocer un producto en su cantón?

Objetivo

Conocer cual es el medio publicitario más efectivo según los pobladores del Municipio de Teotepeque.

Cuadro No. 17

ALTERNATIVAS	Fa	Fr
Perifoneo	28	16%
Hojas volantes	46	27%
Radio emisora local	4	2%
Ferias	93	54%
Otros	1	1%
TOTAL	172	100%



COMENTARIO

Para la mayoría de los pobladores del Municipio de Teotepeque siendo este representado por un 54% consideran que el medio publicitario más eficaz para dar a conocer los productos derivado de la Soya es a través de la realización de ferias; mientras que para un 27% es por medio de hojas volantes, para otro 16% que se haga un perifoneo constante de estos productos.

Por otra parte un 2% mencionaron que se den a conocer por medio de la radio emisora y solo una minoría representada por un 1% menciona otros medios publicitario.

Pregunta No. 18

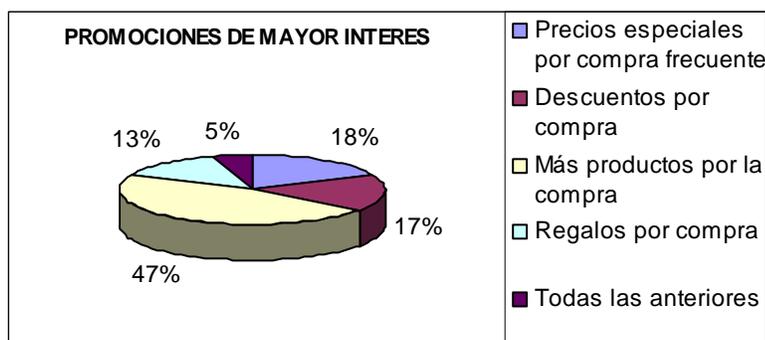
Cuando compra un producto alimenticio ¿Qué tipos de promociones de venta le son de mayor interés?

Objetivo

Identificar los tipos de promociones de venta que tienen mayor aceptación para los pobladores del Municipio.

Cuadro No.18

ALTERNATIVAS	Fa	Fr
Precios especiales por compra frecuente	31	18%
Descuentos por compra	29	17%
Más productos por la compra	81	47%
Regalos por compra	23	13%
Todas las anteriores	8	5%
TOTAL	172	100%



COMENTARIO

Del 100% de la población encuestada un 47% mencionó que la promoción que más les atrae cuando compra un producto es que les proporcionen más producto por sus compra; en segundo lugar un 18% mencionaron los precios especiales por compras frecuentes, otro 17% mencionó los descuentos por compras; otro 13% mencionaron los regalos por compra y solo un 5% dijeron todas las anteriores es decir precios especiales, descuentos por compra, más producto por la compra y regalos por la compra.

Es evidente que a la población encuestada la promoción que más les atrae es que se les de más productos por sus compras.

Pregunta No. 19

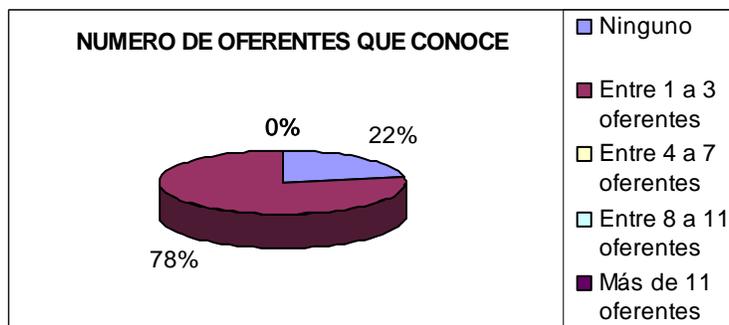
¿Cuántos oferentes de productos derivados de la soya conoce en la zona?

Objetivo

Determinar cuantos oferentes de productos derivados de la soya conocen actualmente los pobladores del Municipio de Teotepeque.

Cuadro No. 19

ALTERNATIVAS	Fa	Fr
Ninguno	38	22%
Entre 1 a 3 oferentes	134	78%
Entre 4 a 7 oferentes	0	0%
Entre 8 a 11 oferentes	0	0%
Más de 11 oferentes	0	0%
TOTAL	172	100%



COMENTARIO

El 78% de la población encuestada conoce entre la 1 a 3 oferentes siendo estos miembros del Comité de Mujeres de Mizata, es decir que dichos oferentes son dependientes del Comité. Mientras que un 22% dijeron no conoce ningún oferentes.

Pregunta No. 20

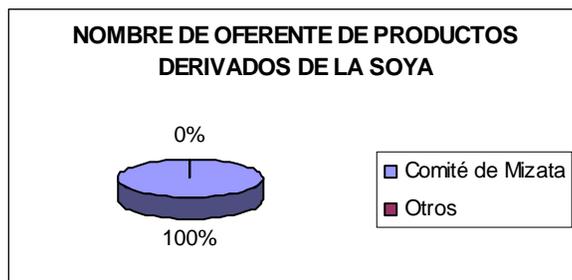
¿Mencione el nombre de algún oferente de productos derivados de la soya que conoce?

Objetivo

Conocer el nombre del principal oferente de los productos derivados de la soya en el Municipio de Teotepeque.

Cuadro No. 20

ALTERNATIVAS	Fa	Fr
Comité de Mizata	134	100%
Otros	0	0%
TOTAL	134	100%



COMENTARIO

El 100% de la población que actualmente demanda los productos derivados de la soya mencionaron que los únicos oferentes de estos productos que conocen son los miembros del Comité de Mujeres de Mizata por lo tanto se constato que ellos son los únicos comercializadores de estos productos en la zona.



ANEXO 2 ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

Estimado Señor (a) este cuestionario tiene por finalidad obtener información para el desarrollo de una investigación de campo de nuestro trabajo de graduación, por lo que es con fines académicos y con el que se pretende conocer la existencia de demanda potencial para los Productos Derivados de la Soya en este Municipio.

Agradecemos su colaboración al responder las siguientes interrogantes:

INDICACIONES: Marque con una " X " la alternativa que considere mas conveniente.

I. DATOS DEL ENCUESTADO

Nombre del Cantón: _____

Sexo: F M

Edad: De 15 a 25 años
De 26 a 35 años
De 36 a 45 años
De 46 a 55 años
Más de 56 años

¿Dentro de los siguientes rangos en cuál se encuentra su nivel de ingreso mensual?

Entre \$100 a \$150 dólares americanos
Entre \$150 a \$200 dólares americanos
Entre \$200 a \$250 dólares americanos
Entre \$250 a \$ 300 dólares americanos
Entre \$ 300 dólares americanos a más.

II. DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

1. ¿Consumo productos derivados de la Soya?. Si su respuesta es afirmativa, pasar a pregunta N. 4

Si No

2. ¿Le gustaría consumir productos derivados de la Soya?

Si No

3. ¿Cuál de los productos derivados de la soya le gustaría consumir?

Chocolate

Cereal

Horchata

Café

4. ¿Cuál de los productos derivados de la soya compra?

Chocolate

Cereal

Horchata

Café

5. ¿Conoce los beneficios alimenticios que ofrecen los productos derivados de la Soya?

Si

No

6. ¿Con qué frecuencia realiza la compra del producto derivado de la Soya seleccionado? Favor pasar a la pregunta #7

	Chocolate	Horchata	Cereal	Café
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Semanalmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Mensualmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Anualmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿En qué cantidad compra el producto derivado de la Soya seleccionado? Favor pasar a la pregunta #8

	Chocolate	Horchata	Cereal	Café
a. 0 - 5 libra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. 5 - 10 libras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. 10 - 15 libras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. 15 - 20 libras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. 20 libras a más	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuál (es) el precio por libra que paga por los productos derivados de la Soya seleccionado?

Chocolate \$ _____ Cereal \$ _____ Horchata \$ _____ Café \$ _____

9. ¿Con qué frecuencia compraría el producto derivado de la Soya seleccionado?

	Chocolate	Horchata	Cereal	Café
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Semanalmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Mensualmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Anualmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿En qué cantidad compraría el producto derivado de la Soya seleccionado?

	Chocolate	Horchata	Cereal	Café
f. 0 - 5 libra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. 5 - 10 libras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. 10 - 15 libras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. 15 - 20 libras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. 20 libras a más	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que considera más importante al comprar un producto alimenticio?

a. Color	<input type="checkbox"/>	e. Gusto	<input type="checkbox"/>
b. Precio	<input type="checkbox"/>	f. Especificación Técnica	<input type="checkbox"/>
c. Presentación	<input type="checkbox"/>	g. Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>
d. Ingredientes	<input type="checkbox"/>	h. Otros	<input type="checkbox"/>

¿Cuáles? _____

12. ¿Tiene preferencia por algún oferente de productos derivados de la soya?

Si No

13. ¿Conoce los lugares donde se venden los productos derivados de la Soya?

Si No

14. ¿En qué lugar le gustaría comprar los productos derivados de la Soya?

Tiendas Minoristas

Ventas ambulantes

15. Si existiera un punto de distribución para los productos derivados de la Soya ¿En qué cantón le gustaría que se estableciera?

El Ángel	<input type="checkbox"/>	San Benito	<input type="checkbox"/>
Los Izotes	<input type="checkbox"/>	San Isidro	<input type="checkbox"/>
El Matazano	<input type="checkbox"/>	Santa María	<input type="checkbox"/>
El Níspero	<input type="checkbox"/>	San Marcos	<input type="checkbox"/>
Mizata	<input type="checkbox"/>	Sihuapilapa	<input type="checkbox"/>

16. Para usted ¿Cuál aspecto es el más importante del lugar donde se venden los productos derivados de

la Soya?

Variedad	<input type="checkbox"/>	Orden y aseo	<input type="checkbox"/>
Existencia de productos	<input type="checkbox"/>	Buen servicio al cliente	<input type="checkbox"/>
Precios bajos	<input type="checkbox"/>		

17. Para usted ¿Cuál es el mejor medio publicitario para dar a conocer un producto en su cantón?

Perifoneo	<input type="checkbox"/>	Ferías	<input type="checkbox"/>
Hojas volantes	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Transmisión en radios	<input type="checkbox"/>		

18. Cuando compra un producto alimenticio ¿Qué tipo de promociones de venta le son de mayor interés?

Precios especiales por compra frecuente	<input type="checkbox"/>
Descuentos por compras	<input type="checkbox"/>
Más producto por la compra	<input type="checkbox"/>
Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>

19. ¿Cuántos oferentes de productos derivados de la soya conoce en la Zona?

Entre 1 a 3 oferentes	<input type="checkbox"/>
Entre 4 a 7 oferentes	<input type="checkbox"/>
Entre 8 a 11 oferentes	<input type="checkbox"/>
Más de 11 oferentes	<input type="checkbox"/>

20. ¿Mencione el nombre de algún oferente de productos derivados de la soya que conoce?

a. _____

b. _____

c. _____

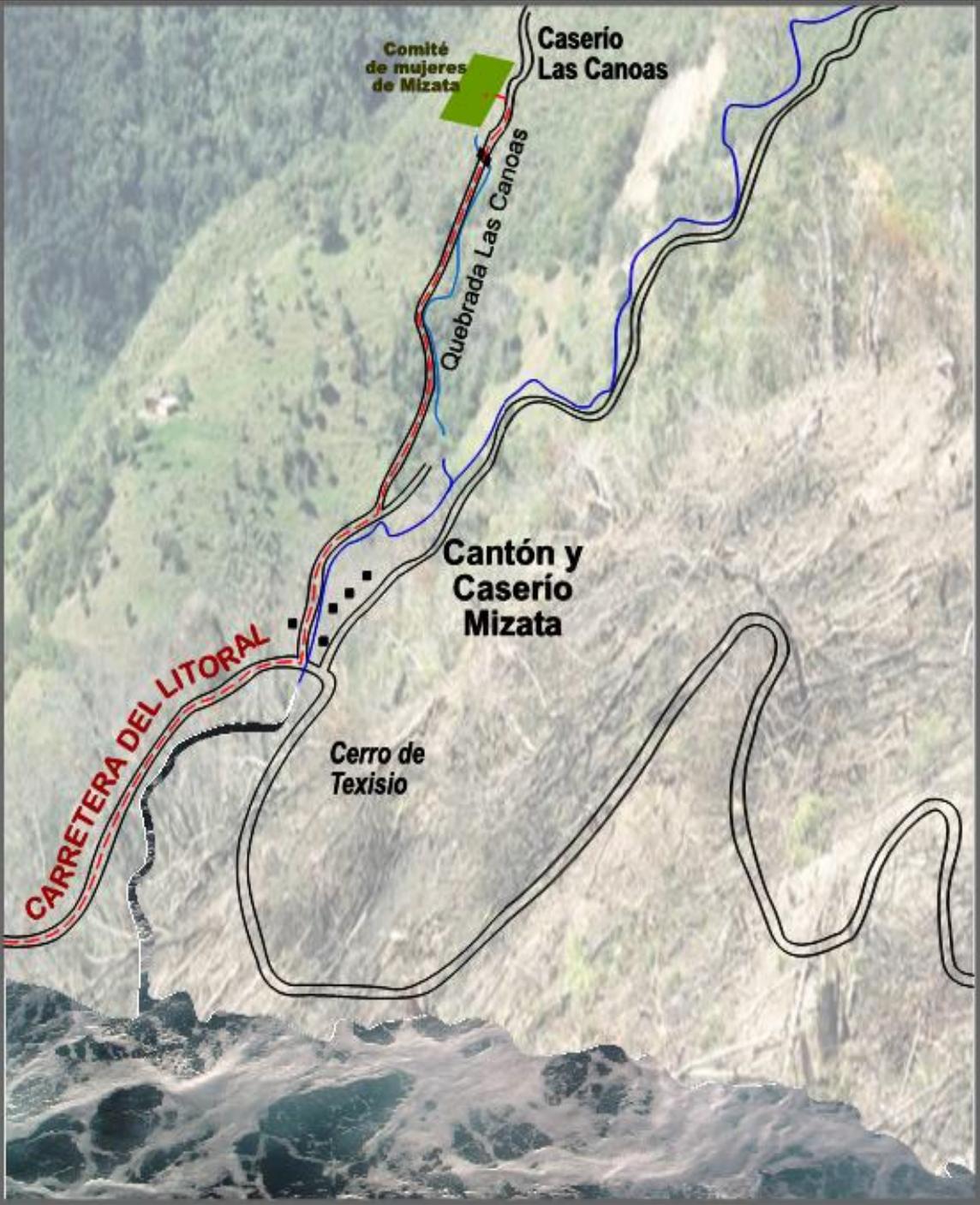
ANEXO 3
GUIA DE ENTREVISTA
MIEMBROS DEL COMITÉ DE MIZATA

1. Tienen alguien que financien el proyecto o será financiado con fondos propios.
2. Tienen algún lugar donde instalar la planta.
3. Cuántas libras producen mensualmente.
4. En base a que establecen los precios.
5. Cuál es el precio por libra que pagan por el fríjol de soya.
6. A qué hora es que más venden.
7. Cuál es la unidad de medida en que venden los productos.
8. Que apoyo reciben de CONFRAS.

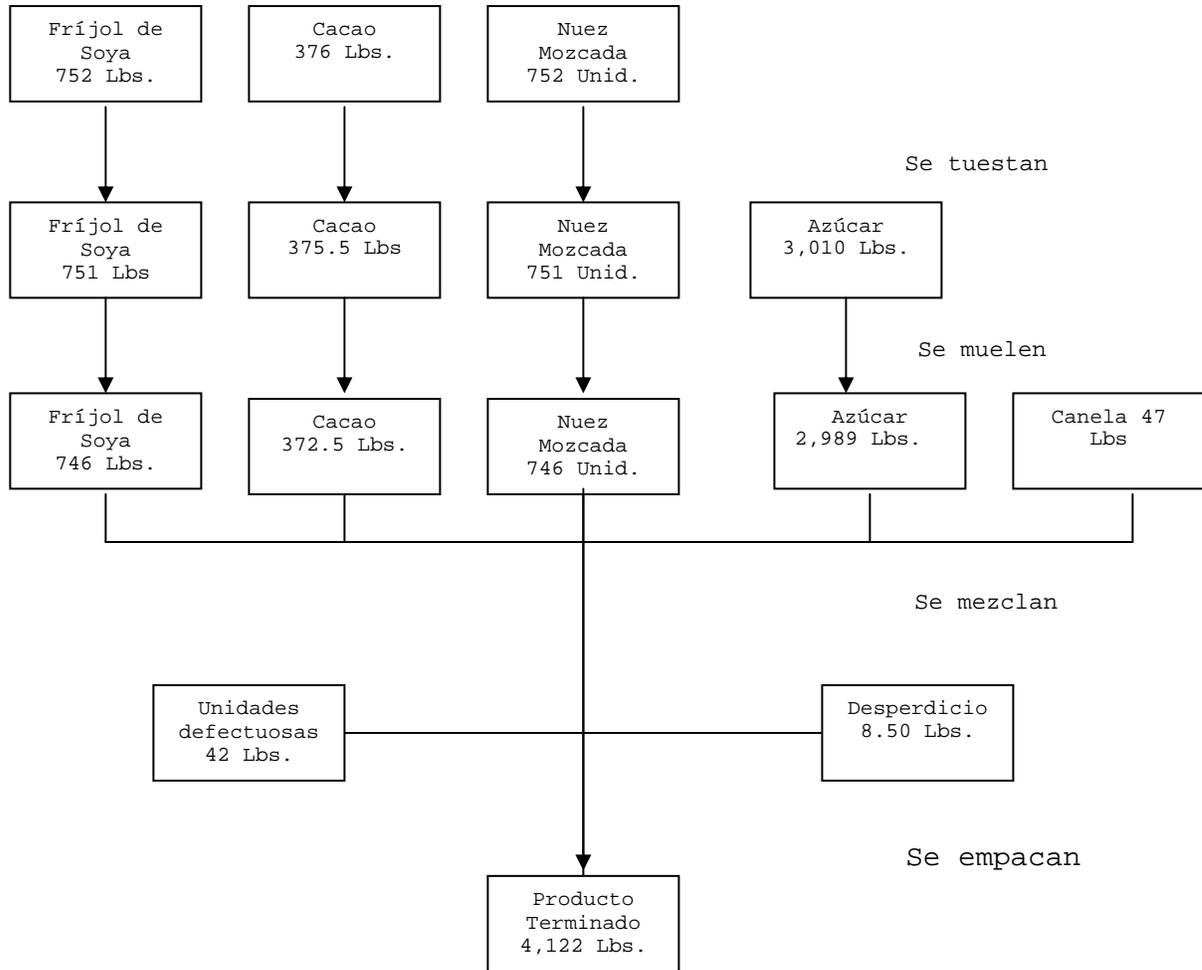
RESULTADOS

1. El proyecto será financiado por una institución que se llama CORDES.
2. El lugar que tienen es en Canoas un caserío de Mizata.
3. La producción mensual es de:
 - Café 444 libras
 - Chocolate 226 libras
 - Horchata 78 libras
 - Cereal 78 libras
4. Los precios los establecen en base al costo que tienen de fabricarlo.
5. El precio que se paga por libra de frijol de soya es de \$0.50.
6. La hora en la que más se vende es por la mañana.
7. Los productos son vendidos en su mayoría por libras y medias libras.
8. CONFRAS les brinda capacitaciones y los conecta con otras instituciones para que les financien los proyectos.

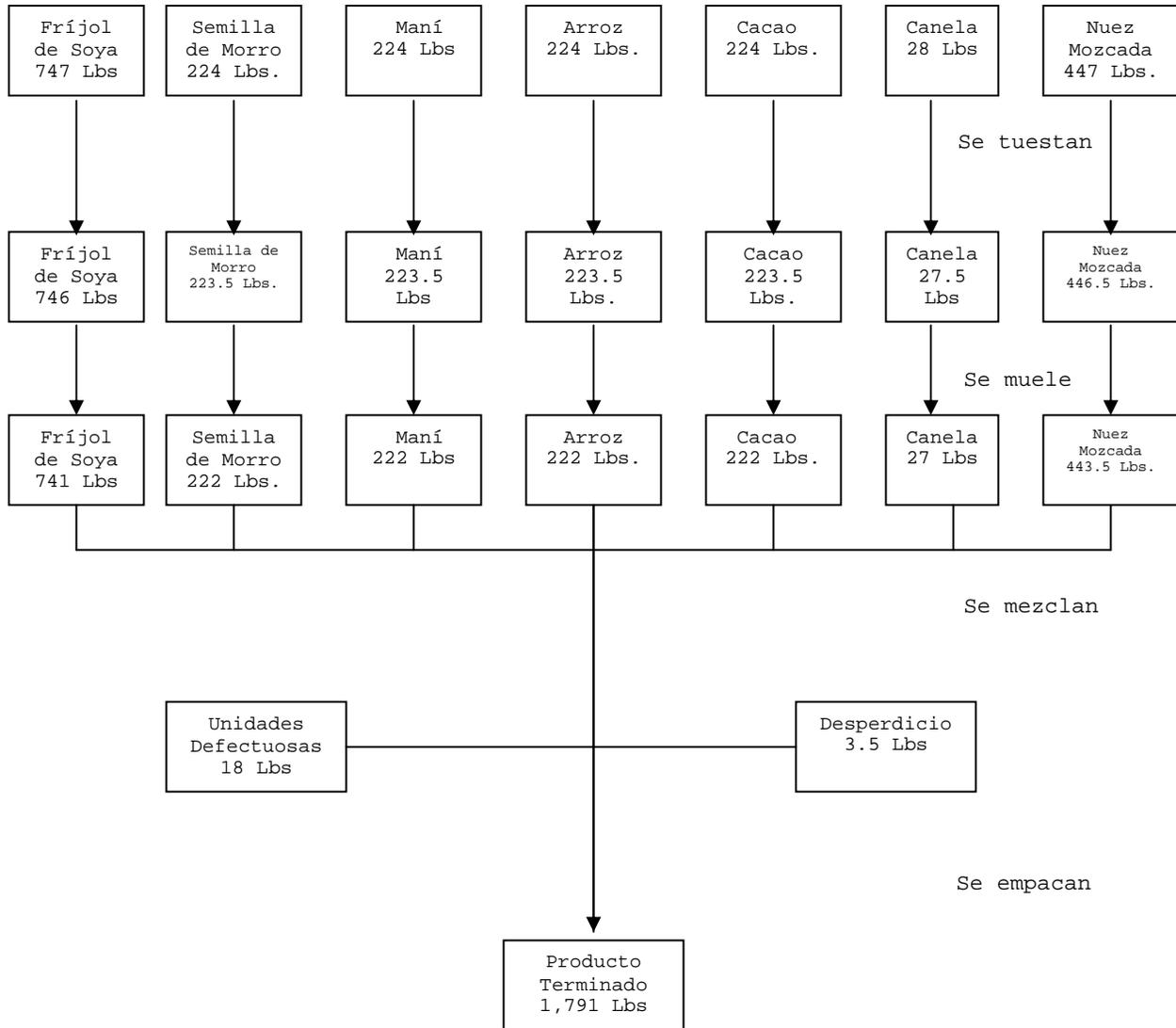
ANEXO No.5 MAPA DE LA MICROLOCALIZACIÓN



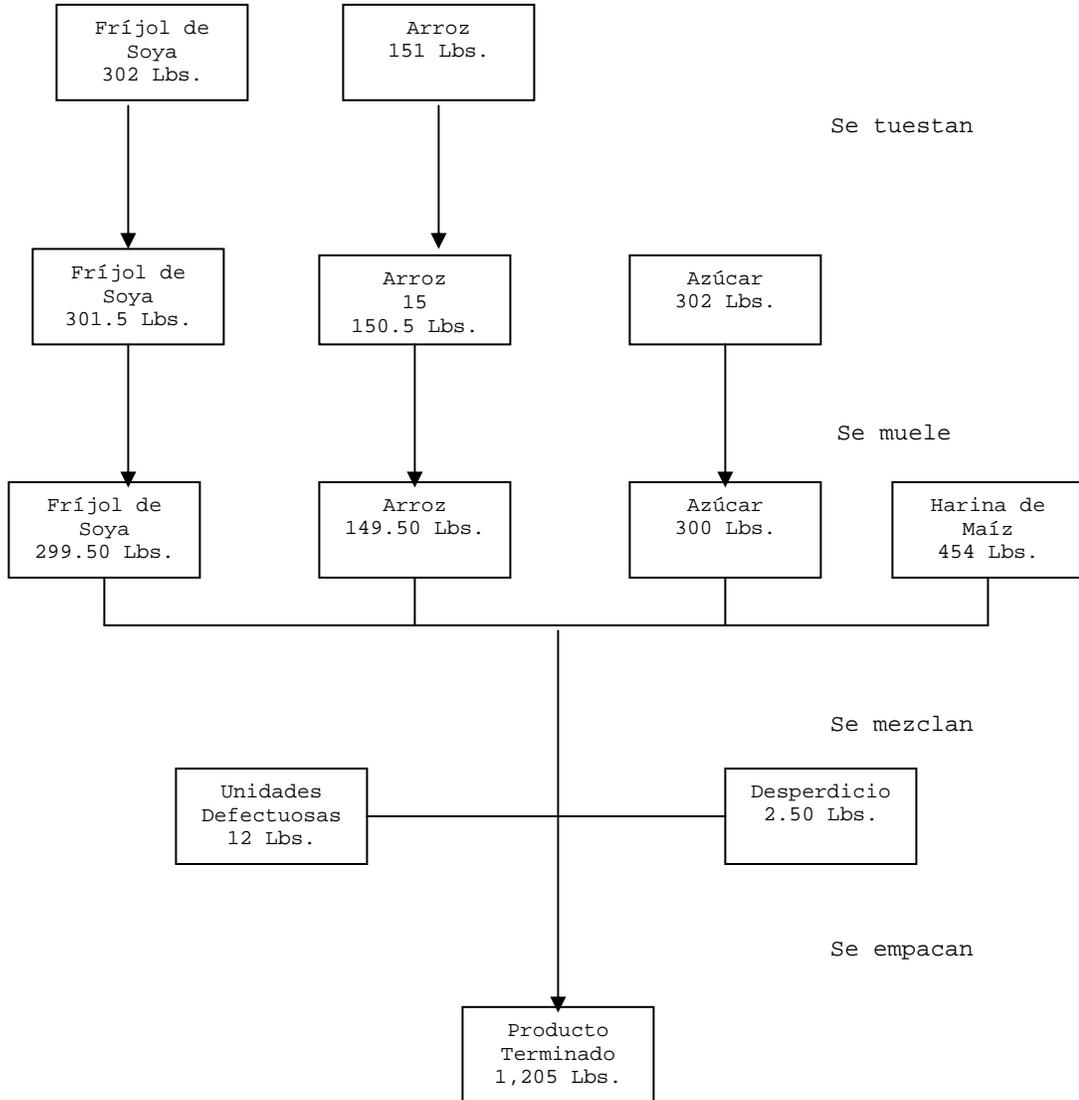
**ANEXO No.6 BALANCEO DE LOS MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN DEL
CHOCOLATE DE SOYA**



**ANEXON No.7 BALANCEO DE LOS MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN DE
LA HORCHATA DE SOYA**



ANEXO No.8 BALANCEO DE LOS MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN DEL
CEREAL DE SOYA



ANEXO No. 9 PRODUCCIÓN DE CHOCOLATE EN LIBRAS

AÑOS MESES	2006 LIBRAS	2007 LIBRAS	2008 LIBRAS	2009 LIBRAS	2010 LIBRAS
ENERO	183	271	274	275	336
FEBRERO	203	290	287	288	342
MARZO	217	299	303	306	362
ABRIL	298	312	338	340	382
MAYO	315	320	356	378	421
JUNIO	368	328	374	420	529
JULIO	387	340	414	441	446
AGOSTO	392	426	434	463	476
SEPTIEMBRE	410	446	455	485	491
OCTUBRE	416	468	479	509	514
NOVIEMBRE	447	491	502	534	539
DICIEMBRE	486	524	527	616	610
TOTAL	4,122	4,515	4,743	5,055	5,448

ANEXO No.10 PRODUCCIÓN DE HORCHATA EN LIBRAS

AÑOS MESES	2006 LIBRAS	2007 LIBRAS	2008 LIBRAS	2009 LIBRAS	2010 LIBRAS
ENERO	109	126	129	133	139
FEBRERO	119	131	131	147	152
MARZO	126	136	137	156	167
ABRIL	130	141	144	161	179
MAYO	133	148	156	163	198
JUNIO	139	155	176	194	211
JULIO	141	161	195	185	218
AGOSTO	145	168	201	226	223
SEPTIEMBRE	172	176	205	237	242
OCTUBRE	183	188	215	233	248
NOVIEMBRE	193	193	221	242	269
DICIEMBRE	201	220	227	256	283
TOTAL	1,791	1,943	2,137	2,333	2,529

ANEXO No.11 PRODUCCIÓN DE CEREAL EN LIBRAS

AÑOS MESES	2006 LIBRAS	2007 LIBRAS	2008 LIBRAS	2009 LIBRAS	2010 LIBRAS
ENERO	82	88	101	104	110
FEBRERO	85	92	104	106	114
MARZO	86	94	107	110	119
ABRIL	88	96	113	113	123
MAYO	92	101	118	115	129
JUNIO	96	103	123	118	133
JULIO	104	107	126	120	137
AGOSTO	107	110	129	122	142
SEPTIEMBRE	109	117	133	124	137
OCTUBRE	113	121	106	126	144
NOVIEMBRE	121	118	104	151	134
DICIEMBRE	122	122	103	155	140
TOTAL	1,205	1,269	1,367	1,464	1,562

ANEXO No.12 REQUERIMIENTOS DE MATERIALES POR PRODUCTO

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CAFÉ DE SOYA AÑO 2007

Materiales Meses	Fríjol de Soya (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Pimienta Gorda (Lbs)
Enero	451	676	451	28	28
Febrero	473	710	473	30	30
Marzo	478	717	478	30	30
Abril	486	729	486	30	30
Mayo	499	748	499	31	31
Junio	459	689	459	29	29
Julio	446	668	446	28	28
Agosto	450	675	450	28	28
Septiembre	455	683	455	28	28
Octubre	463	694	463	29	29
Noviembre	335	502	335	21	21
Diciembre	419	629	419	26	26
TOTAL	5,414	8,120	5,414	338	338

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CAFÉ DE SOYA

AÑO 2008

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Pimienta gorda (Lbs)
Enero	495	743	495	31	31
Febrero	504	756	504	32	32
Marzo	514	771	514	32	32
Abril	524	786	524	33	33
Mayo	535	802	535	33	33
Junio	545	818	545	34	34
Julio	556	834	556	35	35
Agosto	567	851	567	35	35
Septiembre	499	748	499	31	31
Octubre	506	759	506	32	32
Noviembre	324	486	324	20	20
Diciembre	371	556	371	23	23
TOTAL	5,939	8,909	5,939	371	371

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CAFÉ DE SOYA
AÑO 2009

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Pimienta gorda (Lbs)
Enero	535	802	535	33	33
Febrero	545	818	545	34	34
Marzo	556	834	556	35	35
Abril	562	842	562	35	35
Mayo	563	845	563	35	35
Junio	569	853	569	36	36
Julio	574	861	574	36	36
Agosto	578	867	578	36	36
Septiembre	583	875	583	36	36
Octubre	497	745	497	31	31
Noviembre	526	788	526	33	33
Diciembre	383	575	383	24	24
TOTAL	6,471	9,707	6,471	404	404

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CAFÉ DE SOYA
AÑO 2010**

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Pimienta gorda (Lbs)
Enero	583	875	583	36	36
Febrero	589	883	589	37	37
Marzo	599	899	599	37	37
Abril	612	918	612	38	38
Mayo	625	937	625	39	39
Junio	637	956	637	40	40
Julio	650	975	650	41	41
Agosto	497	745	497	31	31
Septiembre	507	760	507	32	32
Octubre	522	783	522	33	33
Noviembre	443	664	443	28	28
Diciembre	464	697	464	29	29
TOTAL	6,728	10,091	6,72836	420	420

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
REQUERIMIENTO DE MATERIALES**

PARA LA ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE DE SOYA AÑO 2006

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Cacao Grano (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Azucar (Lbs)
Enero	34	17	34	2	137
Febrero	38	19	38	2	151
Marzo	40	20	40	2	158
Abril	54	27	54	3	216
Mayo	58	29	58	4	230
Junio	67	33	67	4	266
Julio	70	35	70	4	281
Agosto	72	36	72	5	288
Septiembre	76	38	76	5	302
Octubre	76	38	76	5	302
Noviembre	81	41	81	5	324
Diciembre	88	44	88	6	353
TOTAL	752	376	752	47	3,010

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE DE SOYA

AÑO 2007

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Cacao Grano (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Azucar (Lbs)
Enero	49	24	49	3	194
Febrero	52	26	52	3	209
Marzo	54	27	54	3	216
Abril	56	28	56	3	223
Mayo	58	29	58	4	230
Junio	59	30	59	4	238
Julio	63	32	63	4	252
Agosto	77	39	77	5	310
Septiembre	81	41	81	5	324
Octubre	85	42	85	5	338
Noviembre	90	45	90	6	360
Diciembre	95	48	95	6	382
TOTAL	819	410	819	51	3,276

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE DE SOYA

AÑO 2008

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Cacao Grano (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Azucar (Lbs)
Enero	49	24	49	3	194
Febrero	52	26	52	3	209
Marzo	56	28	56	3	223
Abril	61	31	61	4	245
Mayo	65	32	65	4	259
Junio	68	34	68	4	274
Julio	76	38	76	5	302
Agosto	79	40	79	5	317
Septiembre	83	41	83	5	331
Octubre	86	43	86	5	346
Noviembre	92	46	92	6	367
Diciembre	95	48	95	6	382
TOTAL	862	431	862	54	3,449

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE DE SOYA**

AÑO 2009

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Cacao Grano (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Azucar (Lbs)
Enero	50	25	50	3	202
Febrero	52	26	52	3	209
Marzo	56	28	56	3	223
Abril	61	31	61	4	245
Mayo	68	34	68	4	274
Junio	76	38	76	5	302
Julio	81	41	81	5	324
Agosto	85	42	85	5	338
Septiembre	88	44	88	6	353
Octubre	92	46	92	6	367
Noviembre	97	49	97	6	389
Diciembre	112	56	112	7	446
TOTAL	918	459	918	57	3,672

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE DE SOYA**

AÑO 2010

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Cacao Grano (Lbs)	Nuez Mozcada (Un)	Canela (Lbs)	Azucar (Lbs)
Enero	61	31	61	4	245
Febrero	63	32	63	4	252
Marzo	65	32	65	4	259
Abril	70	35	70	4	281
Mayo	76	38	76	5	302
Junio	96	48	96	6	385
Julio	81	41	81	5	324
Agosto	86	43	86	5	346
Septiembre	90	45	90	6	360
Octubre	94	47	94	6	374
Noviembre	97	49	97	6	389
Diciembre	112	56	112	7	446
TOTAL	991	495	991	62	3,964

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA
REQUERIMIENTO DE MATERIALES**

PARA LA ELABORACIÓN DE LA HORCHATA DE SOYA AÑO 2006

Materiales	Frijol De Soya (Lbs)	Semilla de Morro (Lbs)	Mani (Lbs)	Arroz (Lbs)	Cacao (Lbs)	Canela (Lbs)	Nuez Mozcada (Lbs)
Meses							
Enero	27	14	14	14	14	2	27
Febrero	30	15	15	15	15	2	30
Marzo	32	16	16	16	16	2	32
Abril	32	16	16	16	16	2	32
Mayo	33	17	17	17	17	2	33
Junio	34	17	17	17	17	2	34
Julio	36	18	18	18	18	2	36
Agosto	36	18	18	18	18	2	36
Septiembre	43	22	22	22	22	3	43
Octubre	45	23	23	23	23	3	45
Noviembre	49	24	24	24	24	3	49
Diciembre	50	25	25	25	25	3	50
TOTAL	447	224	224	224	224	28	447

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DE LA HORCHATA DE SOYA
AÑO 2007**

Materiales	Frijol De Soya (Lbs)	Semilla de Morro (Lbs)	Mani (Lbs)	Arroz (Lbs)	Cacao (Lbs)	Canela (Lbs)	Nuez Mozcada (Lbs)
Meses							
Enero	32	16	16	16	16	2	32
Febrero	32	16	16	16	16	2	32
Marzo	34	17	17	17	17	2	34
Abril	35	18	18	18	18	2	35
Mayo	37	18	18	18	18	2	37
Junio	39	19	19	19	19	2	39
Julio	41	20	20	20	20	3	41
Agosto	41	21	21	21	21	3	41
Septiembre	44	22	22	22	22	3	44
Octubre	47	23	23	23	23	3	47
Noviembre	49	24	24	24	24	3	49
Diciembre	55	27	27	27	27	3	55
TOTAL	485	243	243	243	243	30	485

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DE LA HORCHATA DE SOYA
AÑO 2008**

Materiales	Frijol De Soya (Lbs)	Semilla de Morro (Lbs)	Mani (Lbs)	Arroz (Lbs)	Cacao (Lbs)	Canela (Lbs)	Nuez Mozcada (Lbs)
Enero	32	16	16	16	16	2	32
Febrero	32	16	16	16	16	2	32
Marzo	34	17	17	17	17	2	34
Abril	36	18	18	18	18	2	36
Mayo	39	19	19	19	19	2	39
Junio	44	22	22	22	22	3	44
Julio	49	24	24	24	24	3	49
Agosto	50	25	25	25	25	3	50
Septiembre	51	26	26	26	26	3	51
Octubre	54	27	27	27	27	3	54
Noviembre	56	28	28	28	28	3	56
Diciembre	57	28	28	28	28	4	57
TOTAL	535	267	267	267	267	33	535

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DE LA HORCHATA DE SOYA
AÑO 2009**

Materiales	Frijol De Soya (Lbs)	Semilla de Morro (Lbs)	Mani (Lbs)	Arroz (Lbs)	Cacao (Lbs)	Canela (Lbs)	Nuez Mozcada (Lbs)
Enero	33	17	17	17	17	2	33
Febrero	36	18	18	18	18	2	36
Marzo	39	19	19	19	19	2	39
Abril	40	20	20	20	20	2	40
Mayo	41	21	21	21	21	3	41
Junio	49	24	24	24	24	3	49
Julio	47	23	23	23	23	3	47
Agosto	56	28	28	28	28	3	56
Septiembre	59	30	30	30	30	4	59
Octubre	58	29	29	29	29	4	58
Noviembre	61	31	31	31	31	4	61
Diciembre	64	32	32	32	32	4	64
TOTAL	582	291	291	291	291	36	582

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DE LA HORCHATA DE SOYA**

AÑO 2010

Materiales	Frijol De Soya	Semilla de Morro	Mani (Lbs)	Arroz (Lbs)	Cacao (Lbs)	Canela (Lbs)	Nuez Mozcada (Lbs)
Meses	(Lbs)	(Lbs)					
Enero	34	17	17	17	17	2	34
Febrero	38	19	19	19	19	2	38
Marzo	41	21	21	21	21	3	41
Abril	45	23	23	23	23	3	45
Mayo	50	25	25	25	25	3	50
Junio	52	26	26	26	26	3	52
Julio	54	27	27	27	27	3	54
Agosto	56	28	28	28	28	3	56
Septiembre	61	31	31	31	31	4	61
Octubre	62	31	31	31	31	4	62
Noviembre	68	34	34	34	34	4	68
Diciembre	70	35	35	35	35	4	70
TOTAL	631	315	315	315	315	39	631

**"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
PARA LA ELABORACIÓN DEL CEREAL DE SOYA
AÑO 2006**

Materiales	Frijol de soya (Lbs.)	Arroz (Lbs.)	Azúcar (Lbs.)	Harina de Maíz (Lbs.)
Meses				
Enero	22	11	11	33
Febrero	24	12	24	36
Marzo	24	12	24	36
Abril	25	13	25	38
Mayo	26	13	26	39
Junio	27	14	27	41
Julio	28	14	28	42
Agosto	30	15	30	45
Septiembre	15	30	15	45
Octubre	32	16	32	48
Noviembre	34	17	34	51
Diciembre	34	17	34	51
TOTAL	336	168	336	504

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
 PARA LA ELABORACIÓN DEL CEREAL DE SOYA
 AÑO 2007

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Arroz (Lbs)	Azúcar (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)
Enero	22	11	22	32
Febrero	23	12	23	35
Marzo	23	12	23	35
Abril	24	12	24	36
Mayo	25	13	25	38
Junio	27	14	27	41
Julio	27	14	27	41
Agosto	29	14	29	43
Septiembre	31	15	31	46
Octubre	30	15	30	45
Noviembre	31	15	31	46
Diciembre	31	15	31	46
TOTAL	322	161	322	483

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
 PARA LA ELABORACIÓN DEL CEREAL DE SOYA
 AÑO 2008

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Arroz (Lbs)	Azúcar (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)
Enero	25	13	25	38
Febrero	26	13	26	39
Marzo	27	14	27	41
Abril	29	14	29	43
Mayo	30	15	30	45
Junio	31	15	31	46
Julio	32	16	32	47
Agosto	32	16	32	49
Septiembre	33	17	33	50
Octubre	27	14	27	41
Noviembre	25	13	25	38
Diciembre	26	13	26	39
TOTAL	343	171	343	514

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
 PARA LA ELABORACIÓN DEL CEREAL DE SOYA
 AÑO 2009

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Arroz (Lbs)	Azúcar (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)
Enero	26	13	26	39
Febrero	27	14	27	41
Marzo	27	14	27	41
Abril	29	14	29	43
Mayo	29	14	29	43
Junio	29	14	29	43
Julio	31	15	31	46
Agosto	31	15	31	46
Septiembre	32	16	32	47
Octubre	32	16	32	47
Noviembre	38	19	38	57
Diciembre	39	19	39	58
TOTAL	367	184	367	551

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA REQUERIMIENTO DE MATERIALES
 PARA LA ELABORACIÓN DEL CEREAL DE SOYA
 AÑO 2010

Materiales Meses	Frijol de Soya (Lbs)	Arroz (Lbs)	Azúcar (Lbs)	Harina de Maíz (Lbs)
Enero	28	14	28	42
Febrero	29	14	29	43
Marzo	30	15	30	45
Abril	31	15	31	46
Mayo	32	16	32	49
Junio	33	17	33	50
Julio	34	17	34	51
Agosto	36	18	36	54
Septiembre	34	17	34	51
Octubre	36	18	36	54
Noviembre	34	17	34	51
Diciembre	35	18	35	53
TOTAL	392	196	392	589

ANEXO No. 13 MANUAL DE ORGANIZACIÓN

COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA "RICA SOYA" MANUAL DE ORGANIZACIÓN	PAGINA:	1
	DE :	1

UNIDAD ORGANICA : GERENCIA GENERAL
DEPENDE DE: JUNTA DIRECTIVA
UNIDADES A SU CARGO: DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN, EMPAQUE, COMPRAS Y VENTAS
NÚMERO DE PERSONAS EN LA UNIDAD: 1

<p>OBJETIVOS: Garantizar que cada departamento tenga las condiciones de trabajo necesarias para que puedan realizar sus funciones de manera efectiva.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Desarrollar e implementar el mejor método de trabajo.• Monitorear los resultados para asegurar el logro de los objetivos.• Informar a la Junta directiva de los cambios y avances en cada departamento.• Optimizar los recursos y procesos. <p>POLITICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cumplir y hacer cumplir el reglamento Interno de trabajo.• Revisar que todos los productos se facturen correctamente y con el precio adecuado.• Verificar presupuestos para el contrato de personal.• Buscar mejorar los precios hacia lo clientes• Reclutar, seleccionar y contratar al personal.
--

Vigencia:	Reformas:	Revisado por:	Aprobado por:
-----------	-----------	---------------	---------------

COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA "RICA SOYA" MANUAL DE ORGANIZACIÓN	PAGINA: 1 DE : 1
---	---------------------

UNIDAD ORGANICA : PRODUCCIÓN DEPENDE DE: GERENCIA GENERAL UNIDADES A SU CARGO: NINGUNA NÚMERO DE PERSONAS EN LA UNIDAD: 1
--

OBJETIVOS: Producir productos de calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener un buen nivel de inventario y una adecuada rotación del mismo. • Verificar la producción diaria de productos para la confirmación de pedidos y ventas. • Hacer informes sobre avances del proceso de producción. • Vigilar la higiene de toda el área de producción, así como contar con el equipo y herramientas para el trabajo. • Formular y desarrollar los métodos más adecuados para la elaboración de productos.
POLITICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento continuo del equipo productivo. • Implementación de un sistema de mejora. • Verificar la higiene del departamento. • Verificar que en la elaboración de los productos se cumplan con los estándares de producción.

Vigencia:	Reformas:	Revisado por:	Aprobado por:
-----------	-----------	---------------	---------------

COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA "RICA SOYA" MANUAL DE ORGANIZACIÓN	PAGINA: 1 DE : 1
---	---------------------

UNIDAD ORGANICA : EMPAQUE DEPENDE DE: GERENCIA GENERAL UNIDADES A SU CARGO: NINGUNA NÚMERO DE PERSONAS EN LA UNIDAD: 1

OBJETIVOS: Empacar y ordenar los productos de acuerdo a su naturaleza y a su fecha de elaboración.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Monitorear que los productos lleven el contenido exacto que indica el empaque. • Controlar que los productos sean debidamente sellados, rotulados y empacados. • Informar a la Gerencia General los principales inconvenientes surgidos en la unidad. • Brindar mantenimiento al equipo que tiene a su cargo.
POLITICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Los productos deben de ser pesados antes de ser sellados. • Los productos deberán tener su correspondiente viñeta, así como su fecha de elaboración y vencimiento.

Vigencia:	Reformas:	Revisado por:	Aprobado por:
-----------	-----------	---------------	---------------

COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA "RICA SOYA" MANUAL DE ORGANIZACIÓN	PAGINA: 1 DE : 1
---	---------------------------------------

UNIDAD ORGANICA : COMPRAS DEPENDE DE: GERENCIA GENERAL UNIDADES A SU CARGO: NINGUNA NÚMERO DE PERSONAS EN LA UNIDAD: 1

OBJETIVOS: Abastecer de todos los insumos necesarios a todos los departamentos con el fin de facilitar el logro eficaz de los objetivos de la empresa. FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Actualizar el registro de proveedores y hacer una evaluación de los mismos. • Recibir y revisar las requisiciones de los departamentos. • Mantener un registro de las entradas y salidas de la materia prima. POLITICAS: <ul style="list-style-type: none"> • El departamento de Compras deberá coordinar en forma eficiente los recursos humanos y materiales con el fin de que no se desperdicie nada y todo sea bien utilizado. • Se deberá evaluar cada año el método de control de inventario cada año a fin de determinar si se continuara trabajando con el mismo.
--

Vigencia:	Reformas:	Revisado por:	Aprobado por:
-----------	-----------	---------------	---------------

COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA
"RICA SOYA"
MANUAL DE ORGANIZACIÓN

PAGINA: 1

DE : 1

UNIDAD ORGANICA : VENTAS

DEPENDE DE: GERENCIA GENERAL

UNIDADES A SU CARGO: NINGUNA

NÚMERO DE PERSONAS EN LA UNIDAD: 1

OBJETIVOS:

Ejecutar ventas de forma eficiente asegurando la satisfacción de los clientes mediante un servicio de calidad.

FUNCIONES:

- Establecer contacto con los distribuidores para satisfacer la demanda del mercado.
- Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto.
- Verificar la existencia de productos para la confirmación de pedidos.
- Tener un control de las necesidades del consumidor.

POLITICAS:

- El departamento de ventas deberá coordinar todos los recursos para proponer cambios y sugerencias en los productos.
- Deberá presentar informes de los productos que tienen mayores ventas.
- Mantener un registro de los nombres, direcciones y teléfonos de los vendedores a domicilio.

Vigencia:	Reformas:	Revisado por:	Aprobado por:
-----------	-----------	---------------	---------------

COMITÉ DE MUJERES DE MIZATA "RICA SOYA" MANUAL DE ORGANIZACIÓN	PAGINA: 1 DE : 1
---	---------------------

UNIDAD ORGANICA : ASESORIA CONTABLE DEPENDE DE: GERENCIA GENERAL UNIDADES A SU CARGO: NINGUNA NÚMERO DE PERSONAS EN LA UNIDAD: 1

OBJETIVOS: Registrar y presentar informes sobre la actividad financiera de la empresa.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener el correcto funcionamiento de los sistemas y procedimientos contables de la empresa. • Formular los Estados Financieros. • Investigar y dar solución a los problemas referentes a la falta de información para el registro contable. • Preparar y ordenar la información financiera y estadística para la toma de decisiones de las autoridades superiores.
POLITICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Presentar información confiable y oportuna para la toma de decisiones. • La unidad formara parte de la asesoría externa de la empresa. • Los datos no deberán ser alterados bajo ninguna circunstancia.

Vigencia:	Reformas:	Revisado por:	Aprobado por:
-----------	-----------	---------------	---------------

ANEXO No. 14 ESTADO DEL COSTO DE VENTA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADO

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

ESTADO DEL COSTO DE VENTA 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.

A. ESTADO DEL COSTO DE VENTA

Inventario Inicial de Art. Terminados		\$ 0.00
(+) COSTO DE FABRICACIÓN		\$15,517.29
Materia Prima	\$10,171.98	
Mano de Obra D.	\$3,462.96	
<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	\$1,882.35	
Electricidad	\$ 300.00	
Agua	\$ 180.00	
Empaque	\$ 813.20	
Guantes	\$ 18.00	
Medidores	\$ 36.00	
Delantales	\$ 18.00	
Depreciación	\$ 517.15	
(=) PRODUCCIÓN DISPONIBLE		\$15,517.29
(-) INVENTARIO FINAL DE ART. TERMINADOS		\$ 210.55
COSTO DE VENTA		\$15,306.74

ANEXO No. 15 GASTOS DE VENTA

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.

B. GASTOS DE VENTA

Fecha Subcuenta	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Total
Salario de encargado de ventas	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$144.29	\$192.38	\$1779.57
Promoción Incluir un 10% más de producto por cada libra.	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$11.54	\$138.50
Publicidad Degustaciones						\$50.00						\$50.00	\$100.00
Incluir recetas de fácil preparación	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$8.33	\$100.00
Dar a conocer los productos en forma periódica						\$70.00						\$70.00	\$140.00
TOTAL	\$164.16	\$164.16	\$164.16	\$164.16	\$164.16	\$284.16	\$164.16	\$164.16	\$164.16	\$164.16	\$164.16	\$332.25	\$2,258.07

ANEXO No. 16 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

"RICA SOYA" COMITÉ DE MIZATA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006

C. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Fecha Subcuenta	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Teléfono	\$ 15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$ 15.00	\$180.00
Otros Gastos	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$ 8.33	\$100.00
Sueldo	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$228.71	\$297.28	\$2,813.14
TOTAL	\$252.04	\$320.61	\$3,093.14										