



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA
DE PLÁTANO CON SABOR A FRUTAS PROPIAS DE LA ZONA, PARA LA
FÁBRICA "BANANITA" UBICADA EN EL CANTÓN EL CARMEN PROVINCIA
DE MANABÍ.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Marketing
Interno y Externo

Autor: Bazurto Varela Jimmy Johnny

Tutor: Ing. Giovanni Apolo

Quito, Abril 2014

TEMA: DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO CON SABOR
A FRUTAS PROPIAS DE LA ZONA, PARA LA FÁBRICA "BANANITA" UBICADA EN EL CANTÓN EL CARMEN
PROVINCIA DE MANABÍ.



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **BAZURTO VARELA JIMMY JOHNNY**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Marketing Interno y Externo que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Marketing Interno y Externo, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**Diseño de un plan de negocios para la elaboración de harina de plátano con sabor a frutas propias de la zona, para la fábrica "BANANITA" ubicada en el cantón El Carmen provincia de Manabí.**", para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla un Plan de negocios para la elaboración de harina de plátano con sabor a frutas, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que



genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del proyecto por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización del proyecto realizado; d) Cualquier transformación o modificación del presente proyecto; e) La protección y registro en el IEPI el proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto ; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del proyecto que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto a favor del Cesionario.



CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

TEMA: DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO CON SABOR A FRUTAS PROPIAS DE LA ZONA, PARA LA FÁBRICA "BANANITA" UBICADA EN EL CANTÓN EL CARMEN PROVINCIA DE MANABÍ.



SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los veinte y cinco días del mes de abril del dos mil catorce.

f) _____

C.C. 131105282-1

Bazurto Varela Jimmy Johnny

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Bazurto Varela Jimmy Johnny

C.C. 131105282-1



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jimmy Johnny Bazurto Varela alumno de la Escuela de Marketing Interno y Externo, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

C.C. 131105282-1



AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por la oportunidad que día a día me entrega, por su favor y gracia que he recibido en cada una de las etapas de mi vida.

Y a todos quienes me incentivaron a seguir sin mirar atrás, a mi Familia, mi Jefe, mis Amigos y los Docentes, quienes de una u otra manera formaron parte de este camino, a todos y cada uno de ellos mil gracias.



DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional

A mis hermanos que han sido mi motivo de superación



INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL.....	v
TABLA DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT	xv
I. INTRODUCCIÓN.....	2
1.01. JUSTIFICACIÓN	2
1.02. ANTECEDENTES.....	4
II. ANALISIS SITUACIONAL.....	8
2.01. AMBIENTE EXTERNO	8
2.01.01. Factor económico.....	9
Inflación.....	10
PIB.....	12
Tasa De Interés Pasiva	13



2.01.02.	Factor Social	15
2.01.03.	Factor Legal	16
	Leyes y Reglamentos.....	16
	La Ley de Defensa al Consumidor	17
2.01.04.	Factor Tecnológico	18
2.02.	Entorno Local.....	19
2.02.01.	Clientes	19
2.02.02.	Proveedores	21
2.02.03.	Competidores	22
2.03.	Análisis Interno	23
2.03.01.	Propuesta estratégica.....	23
2.03.01.01.	Misión.....	23
2.03.01.02.	Visión	23
2.03.01.03.	Objetivos	24
2.03.01.03.01.	Objetivo General.....	24
2.03.01.03.02.	Objetivos Específicos	24
2.03.01.04.	Principios y Valores	25
2.03.02.	Gestión Administrativa	26
2.04.	Análisis FODA.....	34
III.	ESTUDIO DE MERCADO	35



3.01.	Análisis Del Consumidor	35
3.01.01.	Determinación de la población y muestra.....	36
3.01.02.	Técnicas de obtención de información	37
3.01.03.	Análisis de la información	39
3.02.	Oferta.....	43
3.02.01.	Oferta histórica	44
3.02.02.	Oferta actual.....	45
3.02.03.	Oferta proyectada.....	45
3.03.	Productos Sustitutos	46
3.04.	Demanda	47
3.04.01.	Demanda histórica	48
3.04.02.	Demanda actual.....	49
3.04.03.	Demanda proyectada.....	49
3.05.	Balance Oferta–Demanda	51
3.05.01.	Balance actual	51
3.05.02.	Balance proyectado.....	52
IV.	ESTUDIO TÉCNICO	53
4.01.	Tamaño Del Proyecto.....	53
4.01.01.	Capacidad instalada	54
4.01.02.	Capacidad óptima	54



4.02.	Localización	54
4.02.01.	Macro	55
4.02.02.	Micro-localización	56
4.02.03.	Localización óptima.....	57
4.03.	Ingeniería Del Proyecto.....	58
4.03.01.	Definición del ByS.....	59
4.03.02.	Distribución de planta	61
4.03.03.	Proceso productivo	62
4.03.04.	Maquinaria	65
4.03.05.	Equipos	66
V.	ESTUDIO FINANCIERO	68
5.01.	Ingresos Operacionales y no Operacionales	68
5.02.	Costos.....	69
5.02.01.	Costos directos	70
5.02.02.	Costos indirectos	70
5.02.03.	Gastos administrativos.....	71
5.02.04.	Costos de ventas.....	72
5.02.05.	Costos financieros.....	73
5.02.06.	Costos fijos y variables	73
5.03.	Inversiones	74



5.03.01.	Inversión fija	74
5.03.01.01.	Activos fijos	74
5.03.01.02.	Activos nominales (diferidos)	75
5.03.02.	Capital de trabajo	76
5.03.03.	Fuentes de financiamiento y uso de fondos	76
5.03.04.	Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	77
5.03.05.	Depreciaciones (tabla de depreciaciones).....	78
5.03.06.	Estado de situación inicial	78
5.03.07.	Estado de resultados proyectados (a cinco años).....	79
5.03.08.	Flujo de caja.....	80
5.04.	Evaluación.....	83
5.04.01.	Tasa de descuento	83
5.04.02.	VAN.....	83
5.04.03.	TIR	84
5.04.04.	PRI (periodo de recuperación de la inversión)	85
5.04.05.	RBC (relación costo beneficio).....	87
5.04.06.	Punto de equilibrio.....	88
5.04.07.	Análisis de índices financieros	89
VI.	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	91
6.01.	Impacto ambiental.....	91



6.02.	Impacto económico	92
6.03.	Impacto productivo	93
6.04.	Impacto social	93
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		95
7.01.	Conclusiones	95
7.02.	Recomendaciones.....	96



INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación	11
Tabla 2: Tasas de interés	14
Tabla 3: Clientes potenciales	20
Tabla 4: Proveedores	21
Tabla 5: Manual de funciones	27
Tabla 6: Amenazas	34
Tabla 7: Oportunidades	34
Tabla 8: Debilidades	34
Tabla 9: Fortalezas	34
Tabla 10: Población.....	36
Tabla 11: Oferta histórica.....	44
Tabla 12: Oferta actual.....	45
Tabla 13: Oferta proyectada.....	46
Tabla 14: Demanda	48
Tabla 15: Demanda histórica	48
Tabla 16: Demanda actual.....	49
Tabla 17: Demanda proyectada.....	50
Tabla 18: Demanda insatisfecha	51
Tabla 19: Balance proyectado	52
Tabla 20: Maquinaria	66
Tabla 21: Equipo de cómputo	67
Tabla 22: Muebles y enseres	67



Tabla 23: Equipos	67
Tabla 24: Equipos de oficina	67
Tabla 25: Ingresos operacionales	69
Tabla 26: Costos directos de producción	70
Tabla 27: Costos indirectos de producción	71
Tabla 28: Costos de administración	72
Tabla 29: Costos de venta	73
Tabla 30: Inversión fija	75
Tabla 31: Activos Nominales	75
Tabla 32: Capital de trabajo	76
Tabla 33: Financiamiento	77
Tabla 34: Tabla de amortización	77
Tabla 35: Depreciaciones	78
Tabla 36: Estado de situación inicial	79
Tabla 37: Estado de resultados	80
Tabla 38: Flujo de caja	82
Tabla 39: TMAR	83
Tabla 40: VAN	84
Tabla 41: TIR	85
Tabla 42: Periodo de Recuperación de Inversión	86
Tabla 43: Relación Costo Beneficio	87
Tabla 44: Punto de Equilibrio	88



TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Inflación	12
Gráfico 2: PIB	13
Gráfico 3: Tasa pasiva.....	15
Gráfico 4: Estructura organizacional	26
Gráfico 5: Punto de Equilibrio	89

RESUMEN EJECUTIVO

La fábrica "Bananita" en la actualidad se dedica a la elaboración de chifles de plátano en el cantón El Carmen en la provincia de Manabí, misma que tiene una visión de expansión a nivel nacional.

Es por esta razón que se considera necesario el desarrollar un plan de negocios orientado a la elaboración de harina de plátano con sabor a frutas, ya que cuenta con un personal muy conocedor en el manejo y tratado del plátano y posee una muy buena ubicación, además de contar con el espacio físico que le permitirá ampliar y adecuar la planta anexando a la infraestructura actual el área de procesamiento de harina de plátano. Cabe mencionar que en la actualidad en esta localidad no existe ninguna planta procesadora de este tipo de harinas lo que le da una gran ventaja en dicho mercado.

Durante el desarrollo de este proyecto se pudo apreciar mediante la técnica de la observación, que existen muchas oportunidades que se pueden ser aprovechadas por la fábrica "Bananita" además de toda la información obtenida mediante la encuesta que se realizó en esta investigación y luego del análisis de estos datos se espera que la fábrica incremente considerablemente sus ingresos y logre posicionarse en este mercado. Cabe recalcar que la harina de plátano es un producto con una gran acogida por los consumidores en el cantón El Carmen, dándole a este proyecto un gran nivel de aceptación.

ABSTRACT

The "Bananita" factory today is dedicated to the development of banana chips banana in Canton El Carmen in the province of Manabí, same having a vision of national expansion.

It is for this reason that it is considered necessary to develop a business plan aimed at making banana flour flavored fruit because it has a very knowledgeable staff in the management and treated banana and has a very good location as well to have the physical space that will allow the plant to expand and adapt existing infrastructure annexing the processing area of banana flour. It should be mentioned that at present in this location there is no processing plant of this type of flour which gives a great advantage in that market.

During the development of this project it was observed by the technique of observation, there are many opportunities that can be exploited by the "Bananita" factory plus all the information obtained from the survey conducted in this research and after analyzing of these data is expected to increase considerably the factory and achieve their income position in this market. It should be noted that plantain flour is a product with a great reception by consumers in Cantón El Carmen, giving this project a high level of acceptance.



I. INTRODUCCIÓN

La fábrica "Bananita" está encaminada actualmente a la producción de chifles de plátano verde y plátano maduro, lo cual le ha permitido consolidarse en un corto periodo como un pequeño productor. La empresa ha visualizado que dentro del mercado de la ciudad de El Carmen existe la demanda de harinas de plátano.

El proyecto está encaminado en la elaboración de harina de plátano para el público en general de todos los niveles socioeconómicos, además de guiar al mercado potencial sobre información necesaria de la empresa como beneficios del producto, basándose en el direccionamiento estratégico adoptará la ampliación de mercado con la finalidad de incrementar su participación y posicionamiento dentro de este mercado, lo cual le permitirá obtener mayor ingreso.

1.01. JUSTIFICACIÓN

El proyecto de titulación "Elaboración y comercialización de harina de plátano con sabor a frutas" surgió de la necesidad de buscar nuevos productos nutritivos y novedosos, creando de esta manera fuentes de trabajo, relaciones comerciales, mejor

calidad de vida de la población insertándola en la comunidad económicamente activa generando ingresos económicos, nutrición y bienestar familiar.

El mercado de las harinas de plátano está creciendo mucho en el cantón El Carmen y se espera que éste crecimiento continúe, el interés fundamental por la harina de plátano es la salud y la calidad. La adecuación de una planta procesadora de harina de plátano constituye un significativo aporte para la alimentación, por su elevado contenido en nutrientes y vitaminas complementarias en la dieta diaria, además de beneficiar un recurso propio del país y apoyando a los pequeños y medianos productores de la región. Además con la ampliación de esta microempresa se beneficiarán no solo los consumidores de la harina de plátano, sino también trabajadoras que serían vinculadas a éste tipo de microempresas ya que en su gran mayoría serán mujeres cabeza de hogar.

La harina de plátano dominico combinada con frutas es un producto nuevo en el mercado local. Los beneficios de su utilización serían: mayor facilidad, menor tiempo de preparación, excelente valor nutritivo (por su contenido en carbohidratos, azúcares, proteínas y especialmente potasio) mayor tiempo de vida y menor volumen que un plátano crudo; lo que lo convertiría en un producto de muy buenas perspectivas de aceptación, para satisfacer la creciente necesidad en el mercado local.

Gracias a las condiciones climatológicas, la ubicación geográfica y la estructura de las costas del Ecuador, sumados a los exigentes controles en siembra, cosecha, post-cosecha y tratado del plátano, han dado como resultado un plátano de excelente sabor, color y textura.

Muchos de sus atributos y ventajas están determinados para el plátano de exportación, actividad a cargo de empresas exportadoras muy reconocidas a nivel nacional. Ante esto, la importancia de esta investigación es determinar si existe un mercado interno para la comercialización de harina de plátano con sabor a frutas y de existir esta demanda, implementar un sistema de comercialización que permita captar esta demanda interna cuyo alcance se limita inicialmente al mercado del cantón El Carmen.

1.02. ANTECEDENTES

La naturaleza es muy prodigiosa en la producción de alimentos para la vida de los habitantes del mundo entero, de ellos, un producto alimenticio es el plátano cuyos frutos proporcionan calorías y tiene excelentes propiedades que aportan en la dieta diaria de las personas.

El plátano es un alimento muy nutritivo y de fácil asimilación, sea al natural preparado en pastas, dulces o confituras, es un excelente alimento y con la harina blanda, aromática, dulce y nutritiva, es de fácil digestión, muy apropiada para los enfermos, convalecientes y superior a todas las demás harinas alimenticias.

Este fruto tiene excelentes propiedades, es muy rico en potasio que equilibra el agua del cuerpo al contrarrestar el sodio, favoreciendo la eliminación de líquidos y es adecuada para todos quienes quieren reducir de peso.

El plátano dominico se cultiva en varias partes del cantón El Carmen y con él se elabora la harina de plátano que es un producto 100% natural; sometido a un proceso de

transformación es un polvo de color blanco parduzco, de fácil digestión y susceptible a la humedad. Es de fácil cocción (90° C en 8 minutos).

La harina de plátano es uno de los alimentos más equilibrados ya que contiene vitaminas y nutrientes, muy rica en hidratos de carbono y sales minerales como calcio orgánico, potasio, fósforo, hierro, cobre, flúor, yodo y magnesio; también posee vitaminas como la A, el complejo B, la tiamina, riboflavina, pirodoxina, ciancobalamina, vitamina C que combinada con el fósforo resulta ideal para el fortalecimiento de la mente.

La harina de plátano es un producto que tiene muchos usos culinarios para la elaboración de pastas (macarrones, espagueti) con la finalidad de proporcionarle componentes saludables como antioxidantes o fibra.

La harina de plátano es un alimento muy nutritivo, de fácil cocción y digerible; su procedimiento de transformación es sencillo, pues los plátanos sometidos a un baño de vapor disminuyen la savia pegajosa, facilitan el proceso de pelado y mejoran el color de la harina.

La harina de plátano ha sido incluida en la elaboración de bizcochos, magdalenas, galletas y crepes; y, una de las preparaciones más habituales es la de papillas para los niños y personas mayores.

Consumir la harina de plátano es beneficioso para los niños y adultos, incluso para personas con problemas de salud.

No hay un alimento tan completamente apropiado para los lactantes, como la harina de plátano, ni puede imaginarse un medicamento confeccionado por la clínica para curar las dispepsias, disenterías y otras enfermedades del estómago.

Sus propiedades medicinales son conocidas desde la antigüedad, previene el colesterol y con su poder protector resulta ideal para combatir la gastritis o prevenir las úlceras.

Comer plátanos y harina de plátano resulta muy apropiada en las personas mayores para retrasar problemas de senilidad o en los estudiantes para aumentar la memoria, especialmente en épocas de exámenes.

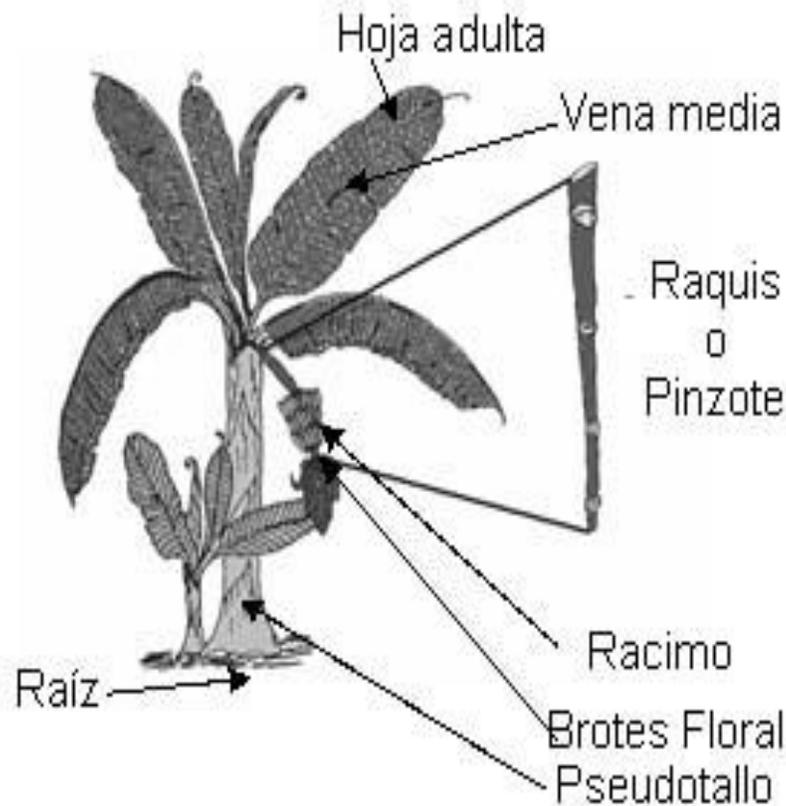


Figura 1: Planta de plátano y sus partes

A continuación conoceremos la descripción del plátano, que como ya hemos visto antes, es con el cual se va a realizar la producción de la harina de plátano.

Reino: Vegetal

Clase: Angiosperma

Subclase: Monocotiledónea

Orden: Scitaminae

Familia: Musaceae

Género: Musa

Especie: Paradisiaca L.

Nombre científico: Musa Paradisiaca L.

Nombre común: Plátano

El plátano Dominicano pertenece al triploide AAB.

II. ANALISIS SITUACIONAL

En el análisis de macro ambiente se van a considerar aquellos factores exógenos a la empresa que tienen incidencia positiva o negativa. El mismo que permitirá identificar oportunidades y amenazas del entorno, las cuales deberán ser aprovechadas o limitar su impacto a través de acciones tendientes a aquello.

2.01. AMBIENTE EXTERNO

El entorno de la empresa son todos los elementos ajenos a la organización que son relevantes para su funcionamiento.

El administrador eficaz hace frente al medio externo. Cada vez que los administradores hacen planes deben tomar en cuenta las necesidades y los deseos de los miembros de la sociedad externa de la empresa, así como las necesidades de recursos materiales y humanos, tecnología y otros requerimientos que provienen del ambiente que los rodea.

Todos los administradores sin importar el tipo de empresa tienen que considerar en diversos grados los elementos y las fuerzas de su elemento externo. Aunque quizá lo que

haga no evitará la repercusión de esas fuerzas externas sobre la empresa, su única alternativa es responder a ellas. Deben identificar, evaluar y reaccionar ante las fuerzas ajenas a la empresa que quizá afecten sus operaciones.

El entorno contiene muchos recursos de los cuales dependen las empresas lo que provoca que inevitablemente se vean afectadas por lo que ocurre en ese entorno.

Es necesario evaluar el ambiente externo actual y futuro en términos de amenazas y oportunidades. La evaluación se centra en factores económicos, sociales, políticos, legales, demográficos y geográficos. A su vez debe explorarse ese ambiente en busca de elementos que sean de utilidad a la empresa tales como avances tecnológicos, productos y servicios en el mercado, y buscar otros factores necesarios para determinar la situación competitiva de la empresa.

2.01.01. Factor económico

Los impuestos tienen a modificar la distribución del ingreso, porque cuando son directos reducen el nivel de ingreso disponible que las personas tienen para gastar y, cuando son indirectos, incrementan el precio de los bienes y servicios que las personas adquieren, de esta forma, en ambos casos, nuestros ingresos adquieren menor cantidad de bienes y por lo tanto menor cantidad de satisfactores afectando nuestro bienestar, hecho que debe ser compensado mediante el ejercicio del gasto público en programas de bienestar social y desarrollo económico.

Los impuestos directos se aplican, como su nombre lo dice, directamente sobre los ingresos de las personas o sobre su riqueza (propiedades como autos, casas, terrenos etc.), y el predial. Los impuestos indirectos en cambio, los paga el consumidor directo,

es decir grava el gasto y por lo tanto afecta a personas distintas del contribuyente que vende el bien o presta el servicio, es un impuesto que se traslada al consumidor final como el impuesto al valor agregado (IVA) y el impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS).

A su vez los impuestos pueden clasificarse en progresivos y regresivos. En el caso de los primeros paga proporcionalmente más quien tiene un mayor ingreso, y en el segundo caso paga proporcionalmente más quien tiene un menor ingreso.

De acuerdo con el FMI en su último reporte denominado "Monitor Fiscal" de octubre del 2013, desde principios de los años 80' (inició el denominado neoliberalismo económico) el sistema impositivo a nivel mundial descansa más sobre los impuestos indirectos que sobre los directos a la par que se han reducido las tasas impositivas para las personas con ingresos más elevados y para las empresas. En pocas palabras, los más ricos pagan menos impuestos proporcionalmente a su ingreso que los más pobres, mientras que las grandes empresas también pagan un menor porcentaje de sus ingresos. Esta tendencia es todavía más fuerte en las economías emergentes que en las desarrolladas, pero es una tendencia global.

Inflación

La inflación, en economía, es el incremento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo determinado.

Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios. Es decir que la inflación refleja la disminución

del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Recuperado de:

[Wikipedia.com].<http://es.wikipedia.org/wiki/Inflación>

Tabla 1: Inflación

FECHA	VALOR
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %

Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

Gráfico 1: Inflación



Fuente: BCE

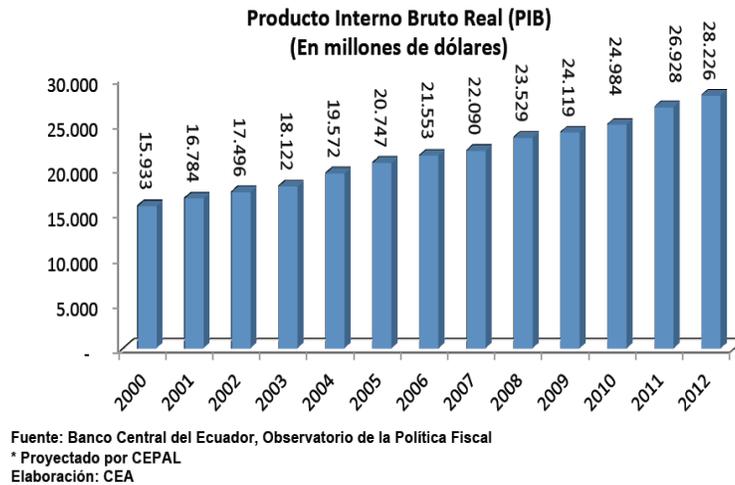
Elaborado por: BCE

Análisis: Mediante los datos obtenidos la inflación ha aumentado en consideración a los últimos dos años y mantiene una tendencia de aumento para los siguientes años, por ende para la empresa esto significa una amenaza de impacto medio porque el precio de insumos y de los materiales utilizados para la elaboración del mismo puede aumentar y tender a que el mismo suba de precio para la venta al público.

PIB

El Producto Interno Bruto se conoce como los bienes y servicios producidos dentro de la economía de un país, proyectado mediante análisis macroeconómicos y dentro de un periodo determinado de tiempo, cabe mencionar que el PIB no es un indicador de bienestar o de la calidad de vida de las personas en un país. En los últimos años el crecimiento del PIB ha sido muy positivo no solo de modo global sino también para el sector en el que participa el producto de este proyecto, como es la Harina de Plátano, esto es una gran oportunidad y nos permitirá atender gran parte de la demanda que existe actualmente en el cantón El Carmen.

Gráfico 2: PIB



Análisis: En los datos consultados de los últimos 10 años vemos un crecimiento siendo el más optimista el crecimiento del año 2011 al 2012 con más de dos mil millones en comparación a los anteriores años siendo esto una oportunidad de impacto medio para la empresa por el crecimiento económico del país, a esto toca considerar la inflación y el poder de consumo por parte de las personas.

Tasa De Interés Pasiva

La tasa de interés pasiva es la captación de fondos monetarios de personas por parte de las instituciones financieras generando un interés para las personas por mantener el dinero dentro de las instituciones financieras. Según lo analizado en nuestro proyecto, conviene avanzar con el desarrollo del mismo ya que las rentas serán bastante buenas y se obtendrán mayores ingresos de los que se puede obtener depositando nuestro capital en una institución financiera ya que la tasa de interés pasiva en dichas instituciones en la actualidad es del 4,28 % y hasta el año 2013 era de 4,53 %, es decir, tiende a bajar.

Debido al comportamiento de esta tasa de interés, lo más conveniente es poner en marcha este proyecto ya que como se mencionó anteriormente, se obtendrán mejores resultados y como un valor agregado se puede mencionar el aporte al desarrollo económico del cantón el cual también aporta en la generación de nuevas plazas de trabajo y en este punto estas plazas estarán ocupadas en su mayoría por madres de familia que en muchos casos son las que llevan adelante sus hogares. En este punto se reitera que con la tasa de interés pasiva que actualmente manejan las instituciones financieras la cual es de 4,28% y que se muestra en la tabla que viene a continuación, la mejor opción sigue siendo la ejecución y puesta en marcha de este proyecto.

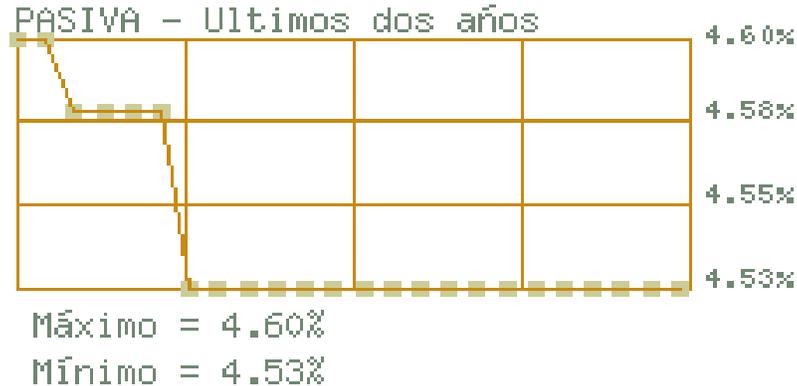
Tabla 2: Tasas de interés

Tasas de Interés			
DICIEMBRE 2010			
1 TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.68	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.30	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.94	Consumo	16.30
Vivienda	10.38	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	23.11	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.37	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	29.04	Microcrédito Minorista	30.50
2 TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.28	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.85	Depósitos de Tarjetahabientes	0.58
Operaciones de Reporto	0.32		
3 TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.41	Plazo 121-180	5.17
Plazo 61-90	3.69	Plazo 181-360	5.74
Plazo 91-120	4.44	Plazo 361 y más	6.48
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.28	Tasa Legal	8.68
Tasa Activa Referencial	8.68	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

Gráfico 3: Tasa pasiva



Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

Análisis: La tasa de interés pasiva ha ido disminuyendo debido a políticas económicas nacionales y bancarias, siendo esta disminución muy corta se consideraría una amenaza dependiendo las normativas que rijan dentro de la empresa por respaldo económico dentro de una institución financiera dependiendo las ganancias que posea.

2.01.02. Factor Social

El Ecuador fue considerado según la Asamblea Constituyente del año 2008 realizada en la ciudad de Montecristi, un país pluricultural y multiétnico donde se defiende la diferente diversidad de pensamiento que posee el país por las diferentes regiones y culturas que posee cada ciudad dentro del país. El Ecuador se ha considerado por los turistas extranjeros un país de gente muy amable, divertida y emocional, mediante lo cual es fácil reconocer a simple vista los actos y fechas emotivas que poseen las personas, para esto las familias se reúnen en los actos tradicionales como las de guaguas de pan y colada morada el día de los difuntos y también el viernes santo con la muy tradicional serrana fanesca. Platos típicos ecuatorianos en fechas importantes para la cultura ecuatoriana sin dejar de lado los cumpleaños, bodas, bautizos, primeras

comuniones, graduaciones, etc. En donde la familia se reúne a compartir juntos fechas especiales dentro de su entorno.

Análisis: El individuo vive en un contexto social que lo pone en contacto desde su nacimiento con otros seres humanos de los cuales depende para conservar su vida, formar su carácter y aprender el modo de ganarse el sustento. El entorno social que rodea a las familias ecuatorianas y especialmente a la región costera por la alta incidencia de consumo permite que productos de consumo masivo se integren rápidamente al mercado, dándolos a conocer fácilmente, esto lo convierte en una oportunidad de alto impacto.

2.01.03. Factor Legal

Leyes y Reglamentos

La existencia de leyes y reglamentos cumple los propósitos de fomentar la competencia, protegiendo a las empresas unas de otras, asegurar mercados justos para los bienes y servicios, resguardando a los consumidores y salvaguardando los intereses de la sociedad como un todo, y a otras empresas de negocios contra las prácticas poco éticas que perjudiquen a los consumidores individuales y a la sociedad. La fábrica "Bananita S.A" al encontrarse funcionando en la actualidad en la elaboración de chifles, ya cuenta con los requisitos básicos para su normal funcionamiento y se acogerá a las nuevas normativas que se vayan poniendo en funcionamiento según sea el caso.

El actual gobierno desarrolla una política pública para guiar al comercio y establece un conjunto de leyes y regulaciones que limitan los negocios en benéficos de la

sociedad, para asegurarse que las empresas asuman responsabilidad de los costos sociales de sus actos.

La regulación de la actividad comercial corresponde a diversos entes principalmente al, Comercio e Integración (MRECI) Ministerio Coordinador de la Producción, Competitividad y Comercialización (MCPC), Ministerio de industrias y Competitividad (MIC), Servicio de Rentas Internas (SRI), etc. Las leyes que regulan el comercio son: Ley del Consumidor, Ley de defensa del consumidor, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

La Ley de Defensa al Consumidor.- En el Registro Oficial No. 520, del 12 de Septiembre de 1990, aparece publicada esta Ley, expedida por el Congreso Nacional el 18 de Julio del mismo año e identificada con el No. 107.

Considerando.- La referida ley fue expedida bajo la consideración de que los consumidores tienen derecho a obtener calidad, cantidad, regularidad y precios justos en los bienes y servicios que necesitan adquirir; y, que es deber del Estado velar por el adecuado abastecimiento de los productos de primera necesidad, en condiciones de cantidad, calidad y precios compatibles con el mejoramiento en el nivel de vida de la población ecuatoriana. Además, se sostiene que es necesario crear, actualizar o mejorar las disposiciones legales existentes sobre las referidas materias.

Análisis: Los reglamentos en los últimos años han limitado leyes que respalden con mayor fuerza a los pequeños productores, sin embargo el interés por regularizar y guiar esta actividad de comercialización no es desmerecedora, ya que poco a poco se apoya más a la comercialización nacional y no solo a la comercialización internacional, lo cual

se convierte en una oportunidad de impacto medio para la empresa. Cabe mencionar que la fábrica “Bananita” ya se encuentra funcionando, por lo que ya cuenta con los permisos de funcionamiento que se requieren por parte de la autoridades.

2.01.04. Factor Tecnológico

Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

La actividad tecnológica influye en el progreso social y económico, pero su carácter abrumadoramente comercial hace que esté más orientada a satisfacer los deseos de los más prósperos (consumismo) que las necesidades esenciales de los más necesitados, lo que tiende además a hacer un uso no sostenible del medio ambiente. Sin embargo, la tecnología también puede ser usada para proteger el medio ambiente y evitar que las crecientes necesidades provoquen un agotamiento o degradación de los recursos materiales y energéticos del planeta o aumenten las desigualdades sociales. Recuperado de: [Wikipedia.com]. <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnología>

En el caso de la fábrica “Bananita”, se va a utilizar un tipo de maquinaria con tecnología moderna que le permitirá realizar la producción de harina de plátano con sabor a frutas de una forma muy técnica y precisa. Se realizará la compra de un molino industrial con gran capacidad de producción, una cernidora industrial con capacidad de 2 quintales diarios, una empacadora de bolsas de polietileno, balanzas digitales para el respectivo gramado, entre otros equipos que aportarán al desarrollo de las actividades diarias en la empresa.

Análisis: Como hace uso intensivo, directo o indirecto, del medio ambiente (biosfera), es la causa principal del creciente agotamiento y degradación de los recursos naturales del planeta, el hacer uso de tecnología que vaya de acorde con el cuidado del medio ambiente, además el utilizar una buena tecnología aporta económicamente a la empresa ya que no tendrá que estar cambiando o reparando constantemente dicha maquinaria; esto es una oportunidad con un nivel de impacto alto, lo cual le ayuda de manera positiva a la empresa.

2.02. Entorno Local

Un entorno local a menudo puede constituir un medio más delimitado o focalizado que permite concentrarse en problemas esenciales, quizá más difíciles de enfrentar. El desarrollo local permite a la compañía diferenciarse de sus competidores, poniendo en valor su actividad con el entorno local.

2.02.01. Clientes

Clientes Actuales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

Clientes Potenciales: La noción de cliente potencial permite nombrar al sujeto que, de acuerdo a un análisis de mercado o estudio de marketing, podría convertirse en comprador, consumidor o usuario de un producto o servicio, en este caso se refiere a una conducta que todavía no se concretó. Los clientes potenciales, por lo tanto, son aquellas

personas, empresas u organizaciones que aún no realizan compras a una cierta compañía pero que son considerados como posibles clientes en el futuro ya que disponen del perfil adecuado.

Al considerar a los clientes potenciales como una variable, es posible estimar ciertos volúmenes de ventas para el futuro; en otras palabras, los clientes potenciales son una posible fuente de ingresos futuros. Para nuestro estudio vamos a considerar a un segmento de la población del cantón El Carmen que está comprendida por las amas de casa que se encuentran en un rango de edad que va desde los 18 años hasta los 64 años y sin distinción de clase social ya que este producto es de fácil acceso, lo que significa que estará al alcance de todas las familias, es decir, tanto de las familias con bajos recursos económicos como para las familias que poseen una mejor condición de vida y cabe resaltar que es un producto bastante apetecido.

Tabla 3: Clientes potenciales

Clientes potenciales		
Nombre	Descripción	Características
Población local	Las familias de la localidad.	Las personas que aún no están consumiendo ningún tipo de harina de plátano.
Clientes de la competencia	Amas de casa y madres de familia que consumen este tipo de producto.	Personas que tienen como parte de su dieta alimentaria la harina de plátano.

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: la cantidad de clientes es buena, aunque muchos prefieren a la competencia, existe también la aceptación de los consumidores en cuanto a la producción local de la harina de plátano y también lo ven como una oportunidad ya que

el producto lo podrán conseguir a un precio un poco más bajo que los que actualmente compran. Esto es una oportunidad con importancia media para este proyecto.

2.02.02. Proveedores

La persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad. Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o, directamente se compran para su venta. En nuestro caso, nuestros principales proveedores son los agricultores de las zonas aledañas a la fábrica, quienes nos proveerán principalmente del plátano que es nuestra materia prima en mayor grado; otro de los proveedores que son fundamentales en la puesta en marcha de este proyecto, son los distribuidores de plástico, ya que serán fundamentales para el empacado de las bolsas que contendrán el producto final:

Tabla 4: Proveedores

PROVEEDORES			
NOMBRE	DESCRIPCION	DESCUENTOS/ PROMOCIONES	CRÉDITO/FINANCIAMIENTO
Dueños de finca	Productores de plátano que es la principal materia prima para la elaboración de la harina de plátano.	Dependiendo de los proveedores.	Dependerá de cada proveedor.
DistriPlast	Distribuidores de empaques plásticos indispensables para el empacado de la harina.	Dependiendo de los proveedores.	Dependerá de cada proveedor.

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: es importante contar con algunos proveedores ya que así se tendrá variedad de precios, descuentos y promociones, esto es una oportunidad de nivel alto para el proyecto ya que se contará siempre con materia prima para la elaboración de la harina de plátano.

2.02.03. Competidores

Los competidores de una empresa existente o nueva pueden ser directos o indirectos. Esta clasificación está enfocada al mercado de referencia, ya que algunas empresas pueden, y de hecho ofrecen, productos y/o servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del consumidor, y tales productos pueden ser completamente diferentes.

En nuestro caso no tenemos competidores directos como podrían ser otra plantas procesadoras de harina de plátano, pero somos conscientes de que en un momento dado ellos van a tener que aparecer y tendremos que enfrentarlos de una forma inevitable; actualmente existen empresas dedicadas a la distribución al por mayor de muchos productos de alto consumo en la localidad y entre estos productos se encuentran algunas marca de harina de plátano que llegan al cantón para su respectiva comercialización; entre estas empresas se encuentran algunos comerciales de abarrotes e incluso los 2 supermercados existentes en el cantón hasta el momento como son el TÍA y el AKÍ, estos locales también serán de gran apoyo para nosotros ya que entre sus perchas también va a constar nuestro producto, lo que en lugar de representar una amenaza para nosotros, se convierten en una oportunidad.

Análisis: los competidores son de cierta forma un ente importante en todo negocio ya que gracias a su existencia se puede mejorar día a día siendo cada vez más competitivos. Esto convierte a los competidores en una amenaza de nivel bajo para el proyecto.

2.03. Análisis Interno

Esto básicamente consiste en hacer una evaluación de la situación actual de la empresa y como ya hemos mencionado antes, la empresa "Bananita" es una fábrica de chifles que permite realizar algunas estrategias que afiancen su éxito y liderazgo en el mercado. En este análisis es preciso determinar las fortalezas que tiene la fábrica y analizar sus debilidades, ya que este análisis marcará el camino para lograr todas y cada una de sus metas.

2.03.01. Propuesta estratégica

Con todo este análisis de percepciones, seguidamente pasaremos a plantear la propuesta de Misión, Visión y los objetivos estratégicos.

2.03.01.01.Misión

Proporcionar a la población un producto novedoso que aparte de ser producido localmente, también les proporcionará toda la información acerca de nuestro producto para que tomen conciencia de las propiedades nutritivas del plátano en la alimentación de toda su familia en especial de los niños. Brindar otras alternativas de preparación de la Harina de Plátano e incluirla en la Repostería Regional.

2.03.01.02.Visión

Ser líderes en el mercado local de Harina Plátano y difundirla como complemento en la alimentación de la población, y que nuestros clientes nos puedan como la mejor

empresa comercializadora del producto dentro de la zona, brindando calidad y confianza.

2.03.01.03.Objetivos

Se denomina objetivos a las metas planteadas por una organización para reforzar, a largo plazo, la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión. Un objetivo es algo que nos importa lo suficiente como para esforzarnos en alcanzarlo. Un objetivo no es lo mismo que un deseo.

2.03.01.03.01. Objetivo General

Determinar la factibilidad de la implementación de la elaboración y comercialización de harina de plátano con sabor a frutas en el cantón El Carmen, mediante el estudio técnico.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

- Establecer el monto de la inversión, costos y gastos para evaluar la viabilidad del proyecto.
- Identificar las oportunidades del mercado, la competencia y diseñar estrategias para combatir los diferentes impactos que se pueden presentar.
- Determinar el análisis situacional de la microempresa.

2.03.01.04. Principios y Valores

Al hablar de principios se hace referencia a un determinado número de normas que rigen la conducta de un cierto grupo humano dentro de la organización con el fin de que todos ellos vivan en armonía y basados en estos principios se reflejan los valores.

Los principios se consideran, normalmente, inmutables a través del tiempo. Cambiar los principios, para muchos, es como cambiar de moral, como ser incoherente en la vida. Cuando se está hablando de estos principios. Valor viene del latín “valere” que significa estar en forma, ser fuerte, ser capaz de algo, valerse por sí mismo. Virtud viene de “vis” que quiere decir fuerza, y las virtudes en realidad son fuerzas, que llevan la persona a la excelencia, a la perfección moral, a ser capaz establemente (hábito) de hacer algo bueno, mediante el obrar personal se entiende como tales, entre otras cosas:

- Disciplina
- Honestidad
- Puntualidad
- Responsabilidad Social
- Estado de Bienestar
- Dignidad Humana

Recuperado de:

[Mercaba.org]. http://www.mercaba.org/ARTICULOS/Q/que_son_los_principios_los_valo.htm

2.03.02. Gestión Administrativa

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Organigrama: (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional.

Gráfico 4: Estructura organizacional



Elaborado por: Jimmy Bazarro

Manual de funciones

Tabla 5: Manual de funciones

CARGO	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas por la Junta Directiva
JEFE DE PRODUCCIÓN	El Jefe de Producción será el encargado de cumplir con la supervisión del proceso de producción. Encargado de la planta, la supervisión de la recepción y colocación de materia prima. Encargado de requisitos sanitarios y demás requerimientos.
JEFE DE OPERACIONES	Un gerente de operaciones maneja las operaciones diarias de una organización o empresa. Su único propósito es encontrar modos para hacer a la compañía más productiva proveyendo métodos efectivos para las operaciones de la empresa. Participar cuando se requiera en el análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas.
JEFE DE MERCADEO	El objetivo principal de este puesto es coordinar y dirigir todas las actividades para el departamento de mercadeo e incrementar y mantener un censo a través del proceso de ventas. Diseñar y hacer permanente seguimiento al cumplimiento del presupuesto de ventas para el mercado.
ASISTENTES	El asistente de Mercadeo realiza estudios de publicidad y mercadeo. Lleva el control de ingresos y egresos que generan los medios de comunicación. Los asistentes de producción son los encargados de llevar a cabo cada uno de las diferentes etapas en el proceso de producción, desde el momento en que llega la materia prima hasta el momento de empacado del producto.

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Perfil del cargo

Gerente General

- Se requiere de profesional con título universitario de Economía, Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.
- Experiencia mínima de 3 años en Administración y Gerencia de negocios similares.
- Mínimo 30 años de edad.
- Alto conocimiento en ámbitos de comercio exterior y marketing.
- Experiencia en trámites aduaneros.
- Capacidad de análisis y buena capacidad de comunicación,
- Dotes de mando.
- Capacidad de liderazgo.

Jefe de Producción

- Se requiere una persona con título tercer nivel.
- Mínimo 25 años de edad.
- Mínimo 1 año de experiencia en puestos similares.
- Proactiva con capacidad de trabajo y liderazgo.
- Dominar bien los procesos involucrados.

Jefe de Mercadeo

- Se requiere profesional con título universitario, Ingeniería Comercial o Mercadotecnia.
- Experiencia mínima de 2 años en gerencia de departamento Marketing o Investigación de mercados.

- Mínimo 28 años de edad.
- Se requiere persona con dotes de mando, con capacidad de planificación como de capacidad de análisis y síntesis.
- Altos conocimientos del mercado.

Jefe de Operaciones

- Mínimo 27 años de edad.
- Experiencia mínima de 5 años.
- Experiencia comprobada en procesos productivos similares.
- Persona con capacidad de análisis y síntesis, con capacidad de liderazgo, perseverante, con capacidad de trabajo en equipo.

Asistentes

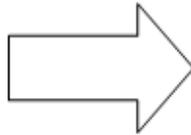
- Se requiere personas con un mínimo de educación básica.
- Experiencia comprobada en el proceso de producción de plátano.
- Personas propias del sector con conocimientos de la elaboración de harina de plátano o similares.
- Personas proactivas, responsables, eficientes y trabajadoras.

Proceso de reclutamiento y selección del personal

Simbología



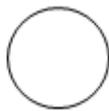
Nombre del proceso



Transporte



Decisión



Actividad

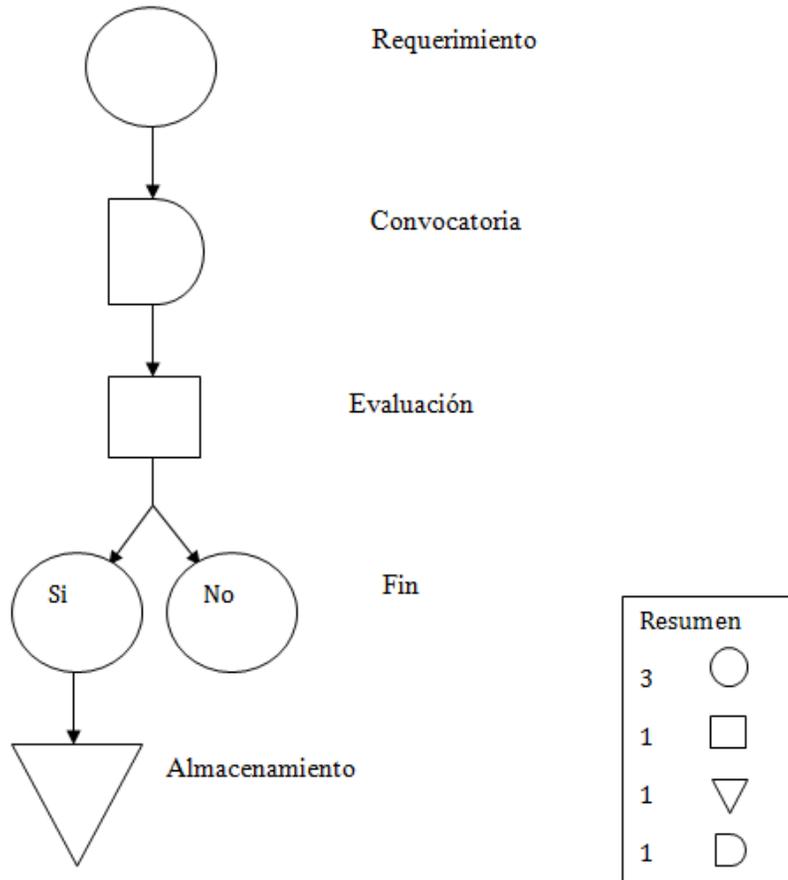


Demora



Almacenamiento

Reclutamiento



Detalle del proceso:

Paso 1

Requerimiento: de un jefe de mercadeo para la comercialización y distribución de la Harina de plátano.

Paso 2

Convocatoria: a través de la radio y prensa escrita se anuncia la necesidad que tiene la empresa en contratar un jefe de mercadeo, para que aquellas personas que cumplan con el perfil puedan enviar su hoja de vida.

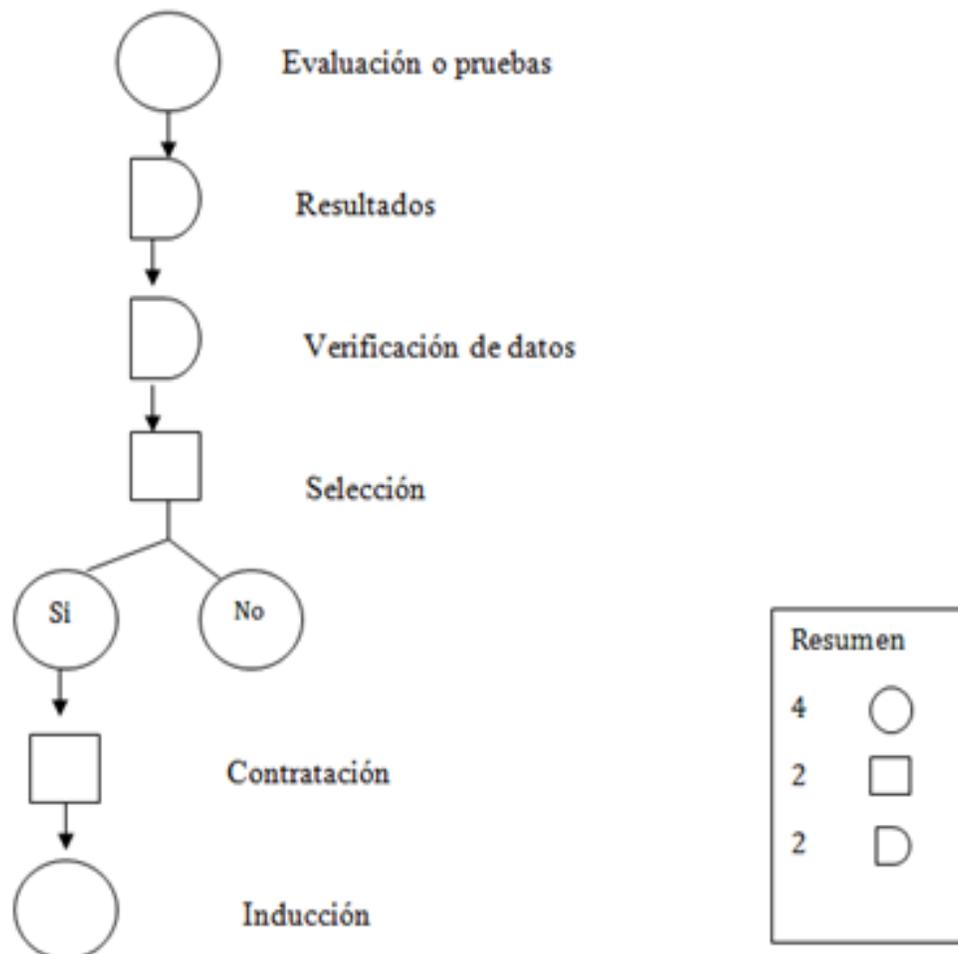
Paso 3

Una vez que se cuente con varias carpetas, se procederá con la revisión y clasificación de cada una de estas, separando las que más se apeguen al perfil del puesto.

Paso 4

Se procede con el almacenamiento en la base de datos de todas las hojas de vida que cumplen con los requisitos para el cargo para luego llamar a entrevistas.

Selección de personal



Detalle del proceso:

Paso 1

Luego de haber entrevistado a la persona se procede a la evolución de pruebas psicológicas, psicomotrices, etc.

Paso 2

Se espera los resultados de cada aspirante para verificar cuál de todos los escogidos esta más apto para el perfil que se requiere.

Paso 3

Se procede a la verificación de datos mediante llamadas telefónicas.

Paso 4

Se selecciona a la persona indicada y se le pedirá todos los requisitos que necesitará presentar previo a la contratación.

Paso 5

Se procede a la contratación de la persona requerida que ha cumplido con todo el perfil requerido por parte de la empresa.

Paso 6

Se procede a una inducción.

2.04. Análisis FODA

Tabla 6: Amenazas

Amenazas			
Variable	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Inflación		X	
Competencia agresiva	X		

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Tabla 7: Oportunidades

Oportunidades			
Variable	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Producto muy poco conocido		X	
Gran variedad de mercado para comercializar el producto		X	
Producto tradicional/ecuatoriano	X		

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Tabla 8: Debilidades

Debilidades			
Variable	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Reentrenamiento del empleado		X	
Nuevo equipo auxiliar	X		
Poco descuento de los proveedores		X	

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Tabla 9: Fortalezas

Fortalezas			
Variable	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Excelente clima laboral	X		
Manejo óptimos de recursos	X		
Personal eficiente	X		

Elaborado por: Jimmy Bazurto

III. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, los cuales serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener los resultados sobre la aceptación y las complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado. “El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, mas bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible”. Recuperado de:

[Monografias.com]. <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#E>

STUDIO

3.01. Análisis Del Consumidor

En el análisis del consumidor ya no basta con saber ¿qué quiere? el consumidor, hay que ir más allá. Cuando los bienes y servicios de la empresa coinciden con las tendencias y los estilos de vida del consumidor, hay más impacto. A veces lo importante es incursionar en lo que el consumidor no sabe que quiere.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo, teniendo en cuenta las ofertas de la competencia.

Para ser útil, la compañía debe identificar qué quiere y necesita el mercado meta y satisfacer las necesidades mejor que la competencia es necesario la planeación y ejecución de actividades y estrategias para facilitar intercambios y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Uno de los principios básicos es que se debe entender al consumidor para poder atenderlo. Las decisiones de compra que son tomadas afectan la demanda de materias primas básicas, transporte, producción y servicios bancarios; Influyen estas decisiones en el empleo de los trabajadores y en el despliegue de recursos, en el éxito o en el fracaso de cualquier empresa.

3.01.01. Determinación de la población y muestra

Una población es aquella que está formada por un número de elementos que presentan una característica común. Para nuestro estudio tomaremos la población del Cantón El Carmen Urbana Rural correspondiente al 2013, la cual se representa en la siguiente tabla:

Tabla 10: Población

Población del Cantón El Carmen por: Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
Población del Cantón El Carmen por edad: De 0 a 17 años	16223	15133	31356
Población del Cantón El Carmen por edad: De 18 a 64 años	26918	26230	53148
Población del Cantón El Carmen por edad: De 65 años y más	2376	2141	4517
Población del Cantón El Carmen por edad: Total	45517	43504	89021

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

La muestra es una pequeña parte de la población que se considera representativa de la misma, es decir, es una representación significativa de las características de la población a estudiar, pero no es de toda.

La fórmula de la muestra es la siguiente:

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

Donde:

n=Muestra

N=Población

e=Margen de error

Para nuestro estudio se tomó la población del Cantón El Carmen la cual es de 26.230 personas, esto corresponde las mujeres que están entre los 18 y 64 años; cabe mencionar que también se consideró un margen de error del 6%, lo que nos dio como resultado una muestra de 275 personas. Cabe mencionar que para este ejercicio se escogió este modelo estadístico para el cálculo de la muestra ya que es uno de los más utilizados en los estudios de mercado.

3.01.02. Técnicas de obtención de información

La principal técnica a utilizar en la Investigación de Campo es la encuesta ya que mediante esta se realizarán las preguntas más relevantes con el fin de obtener información sumamente importante para el desarrollo del proyecto; esta encuesta va dirigida a los posibles cliente y para el caso de nuestro estudio se consideró a las

familias del Cantón El Carmen, con el fin de determinar el nivel de consumo de Harina de plátano. Por medio de esta técnica obtuvimos la información de primera mano por parte de los encuestados y de mucha utilidad para nuestro estudio, puesto que las preguntas que se formularon fueron orientadas a tópicos como: nivel de consumo, preferencia de marcas, disponibilidad económica, nivel de aceptación, entre otras.

A continuación el formato de la encuesta utilizado.

FORMATO DE LA ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Objetivo: Levantar información para la elaboración y comercialización de Harina de plátano con sabor a frutas.

Marque con una X sobre una de las siguientes opciones, según corresponda.

1. ¿Cada qué tiempo Ud. consume harina de plátano?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

2. ¿En qué lugar compra Ud. la harina de plátano?

Supermercados Tiendas del barrio Mercado

3. ¿Generalmente qué prepara Ud. con la harina de plátano?

Coladas Postres Sopas

4. ¿Cuál es la marca de Harina de plátano que consume habitualmente?

Banasoya Oriental Socio solidario La pradera

5. ¿El precio que Ud. paga por la funda de 500 gramos de Harina de plátano es?
- De \$0.50 a \$0.75 De \$0.80 a \$1.00 Más de \$ 1.00
6. ¿Cómo califica el producto que consume?
- Excelente Muy Bueno Bueno Regular
7. ¿Conoce el contenido nutricional y usos que se da a la Harina de plátano?
- Sí No
8. ¿Si le ofrecieran Harina de plátano producida en el cantón, usted la consumiría?
- Sí No
9. ¿Hasta qué valor estaría dispuesto a pagar por la funda de 1 Kilo de Harina de plátano?
- \$ 1.25 \$ 1.40 \$1.60 \$1.75
10. ¿Qué presentación debería tener la Harina de plátano que le ofrecieran?
- Normal Pre cocida

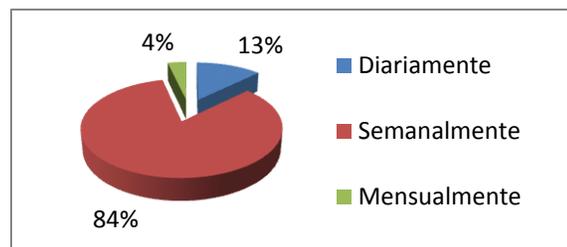
3.01.03. Análisis de la información

Luego de haber realizado la encuesta, se procedió con la tabulación de los datos, los cuales vamos a ir analizando detenidamente uno a uno, es decir, vamos a revisar cada una de las preguntas que se hicieron en la encuesta. Entonces, de acuerdo con los datos

obtenidos en cada una de las preguntas, tenemos los siguientes resultados basados en el consumo de la harina de plátano:

Pregunta 1: ¿Cada qué tiempo Ud. consume harina de plátano?

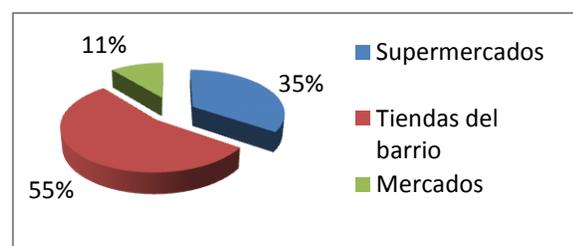
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diariamente	35	13%
Semanalmente	230	84%
Mensualmente	10	4%
TOTAL	275	100%



Análisis: de acuerdo con los resultados, podemos notar claramente que el mayor consumo de harina de plátano, o la frecuencia con la que la consumen es de forma semanal.

Pregunta 2: ¿En qué lugar compra Ud. la harina de plátano?

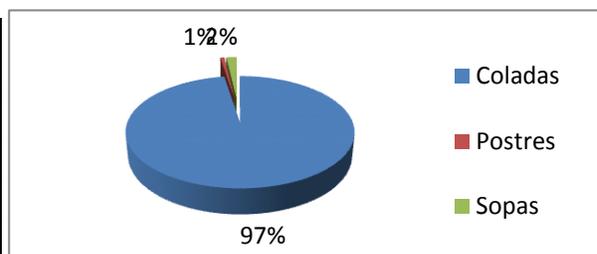
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Supermercados	95	35%
Tiendas del barrio	150	55%
Mercados	30	11%
TOTAL	275	100%



Análisis: estos datos reflejan que el lugar de preferencia al momento de adquirir la harina de plátano es en las tiendas del barrio.

Pregunta 3: ¿Generalmente qué prepara Ud. con la harina de plátano?

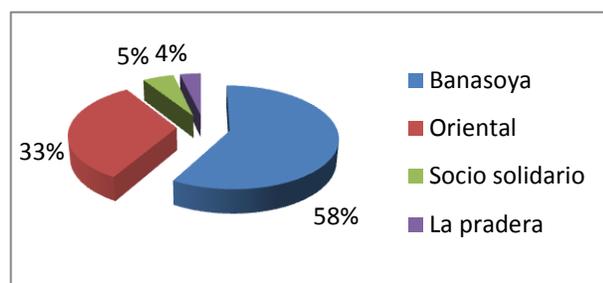
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Coladas	268	97%
Postres	2	1%
Sopas	5	2%
TOTAL	275	100%



Análisis: mediante esta pregunta se identifica la forma de preparación que mayormente tiene la harina de plátano en las familias y vemos que es, en las coladas.

Pregunta 4: ¿Cuál es la marca de Harina de plátano que consume habitualmente?

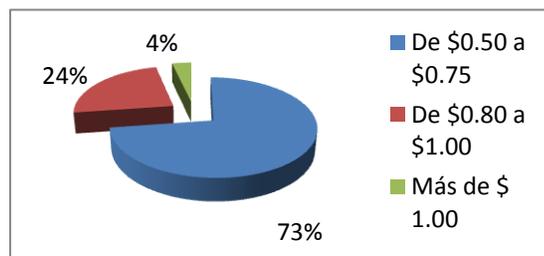
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Banasoya	160	58%
Oriental	90	33%
Socio solidario	15	5%
La pradera	10	4%
TOTAL	275	100%



Análisis: en cuanto a las marcas que más consumen o que prefieren, podemos notar que de las cuatro marcas más reconocidas en el cantón, las personas tienen mayor preferencia por la marca Banasoya, seguida por la marca Oriental.

Pregunta 5: ¿El precio que Ud. paga por la funda de 500 gramos de Harina de plátano es?

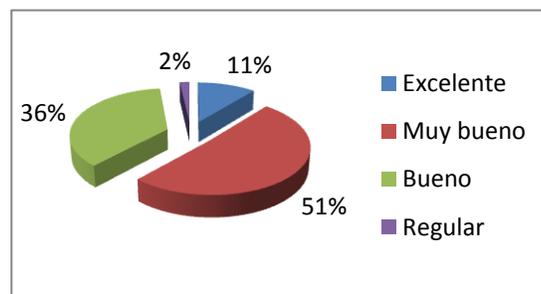
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
De \$0.50 a \$0.75	200	73%
De \$0.80 a \$1.00	65	24%
Más de \$ 1.00	10	4%
TOTAL	275	100%



Análisis: en este caso podemos notar que el precio que normalmente pagan por la funda de harina de 500g oscila entre los 0,50 y 0,75 centavos, lo que nos da la apertura para poder sacar al mercado las dos presentaciones de mayor venta en el sector, ya que se puede proponer un precio más conveniente en las fundas de 1 kilo.

Pregunta 6: ¿Cómo califica el producto que consume?

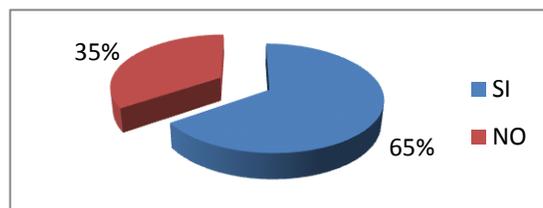
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	30	11%
Muy bueno	140	51%
Bueno	100	36%
Regular	5	2%
TOTAL	275	100%



Análisis: podemos notar que la mayoría de las personas califican como muy bueno al producto que consumen, mientras que apenas un 11% lo considera como excelente.

Pregunta 7: ¿Conoce el contenido nutricional y usos que se da a la Harina de plátano?

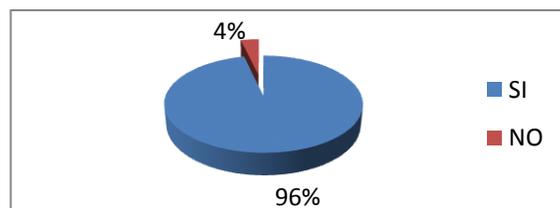
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	180	65%
NO	95	35%
TOTAL	275	100%



Análisis: en este caso se puede notar que la mayoría conoce el contenido nutricional del producto, lo cual nos brinda una ventaja adicional.

Pregunta 8: ¿Si le ofrecieran Harina de plátano producida en el cantón, usted la consumiría?

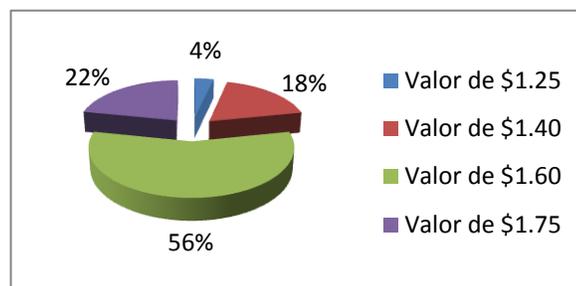
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	265	96%
NO	10	4%
TOTAL	275	100%



Análisis: en esta pregunta la respuesta es muy alentadora, ya que la gran mayoría de las personas están dispuestas a comprar harina que se elabore en el cantón, haciendo que nos sintamos más comprometidos con este proyecto.

Pregunta 9: ¿Hasta qué valor estaría dispuesto a pagar por la funda de 1 Kilo de Harina de plátano?

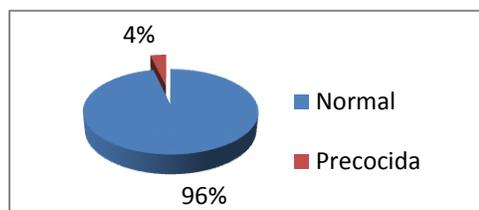
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Valor de \$1.25	10	4%
Valor de \$1.40	50	18%
Valor de \$1.60	155	56%
Valor de \$1.75	60	22%
TOTAL	275	100%



Análisis: la mayoría de las personas están dispuestas a pagar hasta \$1,60 por la funda de un kilo de harina de plátano.

Pregunta 10: ¿Qué presentación debería tener la Harina de plátano que le ofrecieran?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Normal	265	96%
Pre cocida	10	4%
TOTAL	275	100%



Análisis: como se puede apreciar, el 96% de las personas prefieren la presentación normal de la harina de plátano.

3.02. Oferta

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

Recuperado de: [Wikipedia.com]. <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

Respecto a la oferta de harina de plátano en el Cantón El Carmen podemos manifestar que no existen productores, pero existen comerciantes de algunas de las marcas más aceptadas por los consumidores, entre las cuales podemos mencionar a Banasoya, Socio Solidario, Oriental y La Pradera.

3.02.01. Oferta histórica

La oferta histórica la pudimos determinar mediante el crecimiento poblacional el cual es (2.96 %) y tomamos como base la oferta actual correspondiente al año 2013 (18.600 Kg). Estos datos los analizamos para un periodo que comprende 5 años hacia atrás, desde el que se toma como base.

Tabla 11: Oferta histórica

Años	Kg de Harina de plátano	2.96%
2013	18,600.00	0.0296
2012	18,049.44	0.0296
2011	17,515.18	0.0296
2010	16,996.73	0.0296
2009	16,493.62	0.0296

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: de acuerdo con los datos que se pueden observar en el cuadro anterior, se puede evidenciar claramente el importante crecimiento que está teniendo este mercado, lo que lo convierte un atractivo muy interesante y que nos lleva a continuar con el desarrollo de este proyecto.

3.02.02. Oferta actual

Tal como se muestra en el siguiente cuadro, donde constan los datos obtenidos en la investigación de campo que se realizó a los supermercados y comerciales más frecuentados por los habitantes del cantón El Carmen, la cual consistió en la visita a estos locales y una pequeña entrevista con los administradores o encargados de los pedidos; se puede determinar que la oferta actual es de 775g lo que da como resultado una oferta mensual de 1550 Kg:

Tabla 12: Oferta actual

CANTIDAD DE HARINA DE PLATANO OFERTADAS MENSUALMENTE EN COMERCIALES Y SUPERMERCADOS

SUPERMERCADOS Y COMERCIALES	MARCAS DE HARINA DE PLATANO					
	Banasoya 500gr Caja x 25u	Oriental 500gr Caja x 25u	Socio solidario 500gr Caja x 25u	La pradera 500gr Caja x 25u	Total Gramos	Total Kilos
TIA	100000	75000	50000	50000	275000	275
AKI	75000	50000	75000	50000	250000	250
COMERCIAL LOOR	125000	0	125000	0	250000	250
TOTAL	300000	125000	250000	100000	775000	775

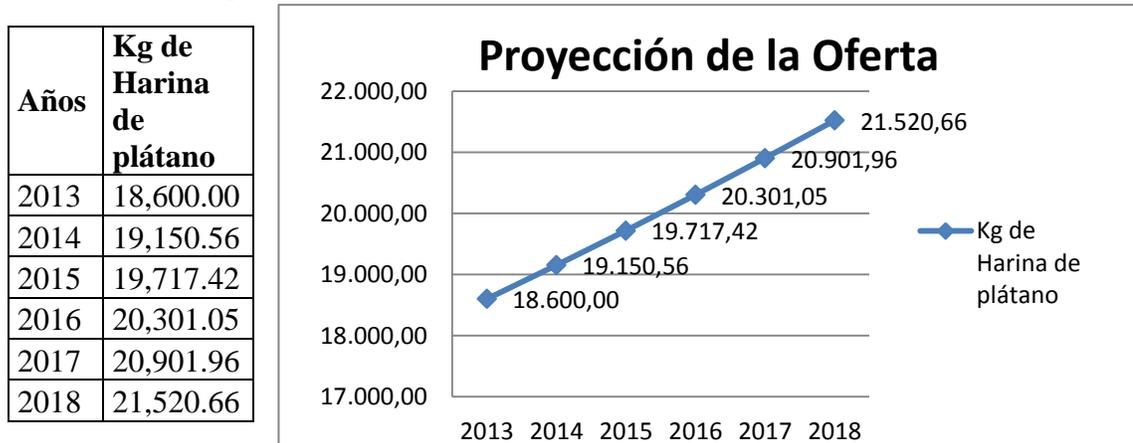
Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Bazurto

3.02.03. Oferta proyectada

Para proyectar la oferta (On) se utilizó el método aritmético tomando en consideración el crecimiento poblacional, el cual es del 2.96% (r) y se tomó como base la oferta actual misma que fue de 18.600 Kg (Oa) para el año 2013 y también se considera el número de años a los que se va a proyectar la oferta (n), la fórmula para este cálculo es la siguiente: $On=Oa(1+r)^n$

En el siguiente cuadro podemos ver cómo está proyectada la oferta en base a lo mencionado anteriormente:

Tabla 13: Oferta proyectada



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: esta proyección nos indica que en los próximos 5 años se demandará alrededor de 3.000 Kilos aproximadamente de harina de plátano, lo que nos da una idea clara de cuanto se debe producir para atender esta demanda y estar preparados tanto con la materia prima como con todos los equipos necesarios.

3.03. Productos Sustitutos

En economía, un bien se considera un bien sustitutivo de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. Ejemplos clásicos de bienes sustitutos son la margarina y la mantequilla, o el petróleo y el gas natural. El hecho de que uno de los productos sea un bien sustitutivo de otros tiene consecuencias económicas inmediatas.

Los factores que determinan la demanda de un bien son el precio del mismo producto, la renta o ingreso del sujeto, el precio de los demás productos y los gustos o

preferencias del consumidor. La influencia del precio de otros productos puede ser diversa, así si el incremento del precio de otro producto provoca un incremento del consumo de mi producto, se dice que estos dos bienes son sustitutivos. Recuperado de: [Wikipedia.com]. http://es.wikipedia.org/wiki/Bien_sustitutivo

Para el caso de nuestro proyecto, uno de los productos sustitutos con mayor potencial es la avena Quaker, la cual también tiene bastante acogida por los consumidores de la población en estudio; esto por ende representa una preocupación bastante considerable. A pesar de que esta avena es utilizada en gran parte para la preparación de una bebida refrescante en los restaurantes del sector es importante mencionar que las amas de casa también la incluyen en su dieta alimenticia.

3.04. Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. Recuperado de:

[Wikipedia.com]. [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

En el caso de nuestro proyecto, la demanda es bastante favorable puesto que la harina de plátano es un producto bastante apetecido por los consumidores finales y al tratarse de una idea de producción local de este producto, los consumidores se muestran bastante optimistas ya que esto hace que el producto pueda distribuirse a un costo un poco más barato en relación a los que se distribuyen actualmente en el cantón El Carmen.

Tabla 14: Demanda

Demanda del consumo de harina de plátano de 500g			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	TOTAL KILOS
Diariamente	35	13%	525.00
Semanalmente	230	84%	460.00
Mensualmente	10	4%	5.00
TOTAL	275	100%	990.00

990.00	3.60	0.45
26,230	11,803.50	141,642.00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

3.04.01. Demanda histórica

Al igual que para la oferta, se toma como referencia el crecimiento poblacional (2.96 %) y también se considera como base la demanda actual (141.642 Kg) correspondiente al año 2013. Estos datos los analizamos para 5 años hacia atrás, desde el que se toma como base.

Tabla 15: Demanda histórica

Años	Kg de Harina de plátano	2.96%
2013	141,642.00	0.0296
2012	137,449.40	0.0296
2011	133,380.89	0.0296
2010	129,432.82	0.0296
2009	125,601.61	0.0296

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: luego de conocer la demanda histórica de la harina de plátano, podemos comprobar que la oferta que existe desde hace cinco años atrás de harina de plátano, no

ha sido suficiente para cubrir dicha demanda hasta la actualidad ya que es bastante considerable el crecimiento que esta viene teniendo en los últimos años.

3.04.02. Demanda actual

Para obtener este dato se tomó como referencia los datos de la encuesta, misma que hace referencia al consumo mensual de las personas encuestadas las cuales fueron 277; este número corresponde a la muestra que se obtuvo del total del segmento en estudio. De esto resultó que existe una demanda de 990 unidades de 500g lo que da un total de 1.980 kilos mensual.

Tabla 16: Demanda actual

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	TOTAL KILOS
Diariamente	35	13%	525.00
Semanalmente	230	84%	460.00
Mensualmente	10	4%	5.00
TOTAL	275	100%	990.00

990.00	3.60	0.45
26,230	11,803.50	141,642.00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: al realizar el cálculo de la demanda actual se puede observar que existe un gran número de demandante de la harina de plátano, lo que se convierte en una gran oportunidad que permite continuar con la elaboración de este proyecto, ya que las cifras que se están analizando son bastante alentadoras.

3.04.03. Demanda proyectada

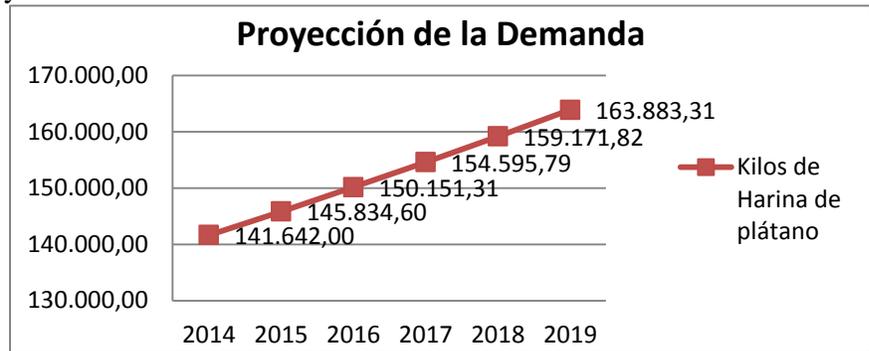
Para poder proyectar la demanda (D_n) de la harina de plátano se consideraron los siguientes aspectos: crecimiento poblacional 2.96% (r), demanda actual correspondiente

al año 2013 141.642,00 Kilos (Da) la cual resulta de calcular el consumo per cápita, tomando como base los 990 Kilos mensuales divididos para las 277 personas encuestadas las cuales las dividimos para 8 que son las personas que se estima por cada hogar en el cantón El Carmen; esto lo elevamos por el número de años a los que se va a proyectar la demanda. Para este cálculo se utilizó el método aritmético representado por la siguiente fórmula:

$$D_n = D_a(1+r)^n$$

Tabla 17: Demanda proyectada

Años	Kilos de Harina de plátano
2014	141,642.00
2015	145,834.60
2016	150,151.31
2017	154,595.79
2018	159,171.82
2019	163,883.31



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: luego de conocer la demanda actual y al realizar la proyección de la misma, se puede observar que en los próximos cinco años la empresa podrá obtener unos ingresos de \$ 163.000,00 aproximadamente, siendo esta una oportunidad de mucha importancia para este proyecto.

3.05. Balance Oferta–Demanda

Esta es una situación en la que tanto la oferta como la demanda se encuentran equilibradas, es decir, no existe exceso en la oferta y tampoco en la demanda. En este caso la demanda de harina de plátano es mayor que la oferta que existe en la actualidad.

3.05.01. Balance actual

Luego de conocer cuáles son la oferta y la demanda actual, podemos analizar cuál es el déficit o superávit en la actualidad en el mercado de la harina de plátano en el cantón El Carmen. En base a los datos antes mencionados, podemos observar que existe una demanda no atendida o insatisfecha, tal como lo podemos ver a continuación:

Tabla 18: Demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
PRODUCTO	DEMANDA ACTUAL EN \$	OFERTA ACTUAL EN \$	DEMANDA INSATISFECHA EN \$
Harina de plátano 500g	141,642.00	19,150.56	122,491.44

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazarro

Análisis: el hecho de conocer que se tiene una demanda insatisfecha de más de 5.000 kilos de harina de plátano anualmente, es una muy buena oportunidad para la empresa ya que tiene grandes posibilidades de cubrir parte de esta demanda y satisfacer en gran medida esta necesidad que tienen los consumidores de harina de plátano en el cantón El Carmen.

3.05.02. Balance proyectado

Para conocer este dato es necesario hacer la relación entre la oferta proyectada y la demanda proyectada, para de esta manera poder determinar la demanda insatisfecha futura. A continuación se muestra la proyección de los datos en mención:

Tabla 19: Balance proyectado

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2014	141,642.00	19,150.56	122,491.44
2015	145,834.60	19,717.42	126,117.19
2016	150,151.31	20,301.05	129,850.26
2017	154,595.79	20,901.96	133,693.82
2018	159,171.82	21,520.66	137,651.16

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: este cuadro nos muestra en valores monetarios la demanda insatisfecha que habrá en los siguientes cinco años y que en la actualidad está descuidada. Esto es muy positivo para este proyecto, ya que con su puesta en marcha se logrará captar gran parte de esta demanda generando excelentes ingresos para la empresa.

IV. ESTUDIO TÉCNICO

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir? Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

- Estudio de materias primas.
- Localización general y específica del proyecto.
- Dimensionamiento o tamaño del proyecto.
- Estudio de ingeniería del proyecto

Recuperado de: [Scribd.com]. <http://es.scribd.com/doc/56967580/Estudio-Tecnico-Proyecto>

4.01. Tamaño Del Proyecto

Esto hace referencia básicamente a la capacidad instalada del proyecto, es decir, representa la cantidad o número de unidades a producir por año; este es considerado

como óptimo cuando es capaz de operar con los menores costos totales o también la máxima rentabilidad económica. Cabe mencionar que también existen muchos otros indicadores que nos pueden ayudar a determinar el tamaño del proyecto, tales como: la ocupación efectiva de la mano de obra, el monto total de la inversión o cualquier otro referente con efectos en la economía.

4.01.01. Capacidad instalada

Como ya lo hemos mencionado en el punto anterior, la capacidad instalada nos va a indicar cuanto se va a producir por año y qué porcentaje de la demanda insatisfecha se va a captar. En el estudio de este proyecto para poder determinar la capacidad instalada se ha considerado la cantidad de kilos de harina que la planta va a producir, la misma que es de 60.000 Kg, y también tomamos la demanda insatisfecha para poder determinar el porcentaje que se va a captar de esta última, lo que nos da un 48.98% de captación, tal como se muestra a continuación: $60.000,00/122.491,44*100=48.98\%$.

4.01.02. Capacidad óptima

La capacidad óptima hace referencia o nos indica, cuánto puede producir la planta en un espacio de tiempo determinado tomando en cuenta para este caso el 20% menos de su capacidad total o capacidad instalada. Siendo su capacidad de producción 60.000,00 Kg menos el 20% 12.000,00 Kg, nos da como resultado 48.000,00 Kg al año, lo que nos indica una captación del 39.19% de la demanda insatisfecha.

4.02. Localización

La localización del proyecto toma en cuenta dos aspectos, la macro localización y la micro localización. El objetivo principal de la localización del proyecto es determinar

una posición de competencia la cual pueda estar basada en reducir costos de transporte e incluso en brindar mayor rapidez en el servicio que ofrece.

4.02.01. Macro

Esta consiste en analizar a nivel país cuál es el mejor lugar y el que ofrece las mayores ventajas para el proyecto. Algunos de los puntos que se debe tener en cuenta en este análisis son: los costos de transporte, productos e insumos necesarios para la producción de la planta, es decir, si la planta queda cerca o lejos de estos mercados. Se debe considerar la disponibilidad y los costos de la materia prima en determinadas zonas, ya que esta debe satisfacer la necesidad que se vaya a tener en la producción de la planta.

En el caso de este proyecto la macro localización está dada en la provincia de Manabí en el cantón El Carmen, ya que en uno de los cantones que tienen un alto nivel en la producción de plátano, por contar con un suelo y un clima privilegiados para este tipo de cultivos.



Figura 2: Macro localización del proyecto

4.02.02. Micro-localización

En la localización a nivel micro es preciso estimar aspectos más bien particulares, ya que aquí se deben tomar en cuenta por ejemplo, las vías de acceso a la fábrica, si esta queda cerca de las residencias del personal de producción o se va a requerir algún tipo de recorrido para ellos; también se debe considerar que se disponga de todos los servicios básicos ya que estos deben ser permanentes y de buena calidad para poder elaborar el producto en estudio. En el cantón El Carmen se identificó una fábrica de chifles que cuenta con una excelente localización ya que está cerca de los proveedores de la materia prima y también de los principales distribuidores.



Figura 3: Micro localización del proyecto

4.02.03. Localización óptima

La localización óptima es aquella que contribuye a la obtención de una mayor rentabilidad o a obtener un costo unitario mínimo. Esto nos lleva a analizar cuál es el mejor sitio para instalar el proyecto, ya que esto nos hará tener los costos más bajos y se tendrán mayores beneficios en cuanto a la facilidad de acceso a los diferentes recursos, materia prima, equipos, entre otros.

En este caso los costos del proyecto serán un poco más bajos ya que se cuenta con el terreno propio donde está funcionando la fábrica de chifles “Bananita” y también se optimizaría parte del personal como por ejemplo, el gerente general, secretaria y

personal de limpieza. Entonces se ha decidido instalar el proyecto en la fábrica "Bananita" ubicada en el KM 42 de la vía a Chone, en la Calle 21 y la Calle G en el cantón El Carmen de la provincia de Manabí.

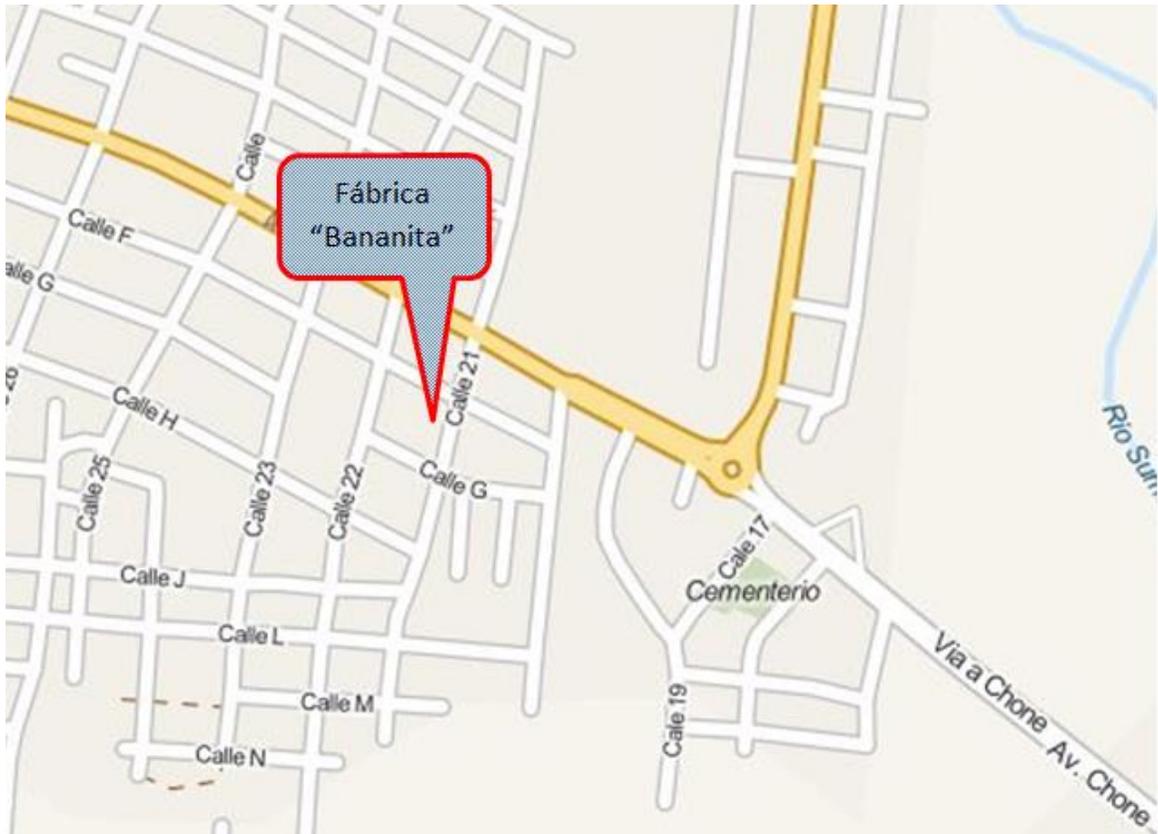


Figura 4: Localización óptima del proyecto

4.03. Ingeniería Del Proyecto

La ingeniería de un proyecto consiste en atender todo lo relacionado con el adecuado funcionamiento de la planta, es decir, desde la adquisición de los equipos hasta la definición de la estructura que tendrá la planta. En este proceso se deben determinar todos los procesos, analizar los equipos a adquirir, los recursos humanos que se van

necesitar, todos los equipos de oficina, el terreno, la construcción que va a hacer, la distribución de los equipos, y la eliminación o aprovechamiento del desperdicio, etc.

4.03.01. Definición del ByS

La harina de plátano es un producto que se obtiene de la transformación del plátano mismo que se pondrá a la población del cantón El Carmen en fundas de 500 gramos. La harina de plátano es un producto comestible y muy apetecido en la zona por lo que a través de un proceso de transformación tendrá varios usos para la alimentación nutritiva de la población, para lo cual se colocará en los empaques del producto toda la información de interés para el consumidor final, tales como:

- Contenido Nutricional

La gran mayoría de los alimentos que consumimos diariamente brindan un aporte nutricional a nuestro organismo en unas cantidades muy específicas, de tal modo que todos nos aportan con una cierta cantidad de vitaminas y minerales. Es muy importante saber la composición de los alimentos que consumimos ya que así poder mejorar nuestros hábitos alimenticios y también podremos dejar de consumir todos aquellos que no sea de beneficio para nuestro cuerpo y por ende mejorar nuestra calidad de vida.

- Marca

Como ya es de nuestro conocimiento, la marca aquello que diferencia a un producto de todos los demás en el mercado. Esta puede ser una o varias palabras, pueden ser solo letras, pueden ser números, también pueden ser una imagen, un símbolo, una figura o un gráfico.

- Nombre de la Empresa

Para este caso la empresa ya cuenta con su nombre propio y es con el cual se ha dado a conocer en el mercado.

- Fecha de Elaboración y de Caducidad

Este es uno de los requisitos que debe cumplir la fábrica al momento de poner sus productos en el mercado y lo hará sin mayores inconvenientes.

- Registro Sanitario

Este será otro de los requisitos con los que debe cumplir la fábrica al momento de poner sus productos en el mercado.

- Logotipo

Este es un elemento gráfico que identificará al producto que se está poniendo en el mercado de sus competidores.

- Slogan

Es el complemento del producto, es la expresión de una idea con la que se busca el posicionamiento en la mente del consumidor.

- Usos

En esta parte se pondrá en conocimiento del consumidor todos los usos que le puede dar al producto, y en este caso la harina de plátano tiene varios usos en la gastronomía, por lo que resulta de mucha utilidad el darle a conocer al público todos los usos que le puede dar.

- Contactos

El propósito de poner a disposición del público los medios a través de los cuales puede establecer contactos con la fábrica, más que un formalismo, es darle al consumidor el confianza y respaldo del producto que está consumiendo, que sepa que hay un lugar físico donde puede ubicar a la empresa en caso de algún reclamo y también puede utilizar los diferentes medios de comunicación para darnos a conocer sus comentarios y sugerencias.

4.03.02. Distribución de planta

Es importante contar con una excelente distribución de la planta ya que de esta manera se busca el ahorro de los recursos disponibles, las actividades que se realicen y los tiempos que tomen realizar cada uno de los diferentes procesos. El principal objetivo de la distribución de la planta es brindarle al personal un gran seguridad en sus áreas de trabajo, y ofrecerles una buena satisfacción a cada empleado, y esto se logrará con una adecuada distribución y ubicación de los equipos además de una excelente adecuación de cada área, lo que son llevará también a realizar un trabajo con eficacia y eficiencia.

El contar con una excelente distribución de la planta nos brinda muchas ventajas, por ejemplo:

- Mejorar las condiciones de trabajo.
- Seguridad del personal y reducción de accidentes.
- Mejorar la calidad del producto en menor tiempo.
- Incrementar la productividad y reducción de costos.

- Circulación adecuada para el personal, equipos, materiales y productos en elaboración, etc.

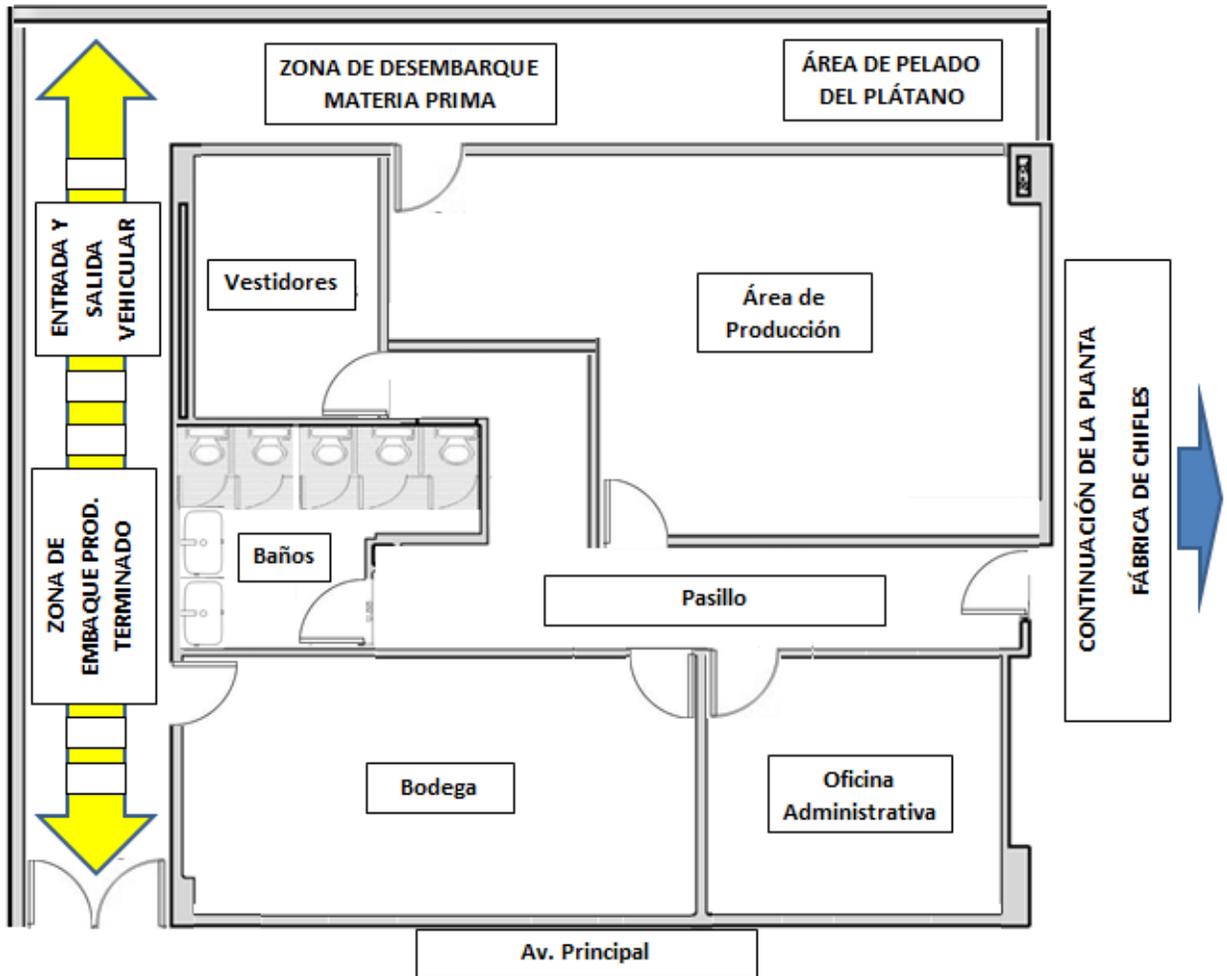


Figura 5: Distribución de la planta

4.03.03. *Proceso productivo*

Para poder cumplir con proceso de la producción de la harina de plátano es necesario seguir cada uno de los pasos que vienen a continuación:

Recepción de la materia prima.- básicamente consiste en receptor el plátano que se va a comprar a los dueños de las fincas más cercanas el cual debe cumplir con las

características específicas mismas que han sido establecidas previas al contrato de compra.

Control de la calidad del plátano.- al momento de recibir el plátano se debe revisar todo el producto y comprobar que cumple con las características establecidas, como el tamaño, color, textura, entre otros aspectos técnicos.

Cortado y pelado.- los racimos deben ser cortados hasta quedar en unidades totalmente sueltas, luego se procede con el pelado misma que se realizará de forma manual.

Inmersión.- El plátano es introducido en un tanque de agua que tiene una solución de dióxido de azufre al 1%, por cinco minutos, a fin de que se concentre en el producto y evitar la oxidación y los posteriores cambios de color no deseados que se podrían dar en el proceso productivo.

Ecurrido.- después del proceso de inmersión, el plátano es retirado de los tanques y puesto a escurrir en las respectivas gavetas.

Cortado.- cuando el plátano ya se ha escurrido se lo lleva a la máquina cortadora para ser picado en pequeños cubos o rodajas.

Secado.- para lograr un secado más rápido, el plátano es colocado en bandejas e introducidos en la deshidratadora para extraer la humedad sobrante sometándolo a una temperatura aproximada entre 60° y 65°.

Molido.- luego del secado el plátano, será trasladado al área de molido donde estará completamente aislado con el fin de evitar el contagio del producto hasta que se enfríe,

de allí es trasladado al molino de rodillos, por el cual se pasan los trozos de producto seco para ser finamente divididos en partículas pequeñísimas o polvo convirtiéndolo en lo que será básicamente la harina de plátano.

Tamizado.- la harina que se obtiene en el proceso del molido tiene diferentes tamaños de partículas, por lo que es necesario que este producto deba pasar por un tamiz para obtener las diferentes fracciones por separado y así llegar a obtener una harina de mayor calidad.

Pesado y empaquetado.- luego de haber tamizado y cernido el producto, se lo lleva a la balanza eléctrica para proceder con el pesado y seguidamente se empaqueta en las bolsas contenedoras las cuales serán de polipropileno y tendrá impreso datos de importancia para el consumidor, tales como, peso, información nutricional, logotipo de la empresa, información de contactos, entre otros.

Sellado.- el siguiente paso es el sellado al vacío de las bolsas contenedoras quedando herméticamente selladas.

Almacenamiento.- una vez listas las bolsas de harina, estas serán trasladadas a la bodega y colocadas en las perchas respectivas para su posterior distribución.

Distribución.- para la correcta y adecuada distribución de la harina de plátano se utilizará el canal de distribuidores, el cual consiste en el traslado en camiones desde la planta hasta las diferentes tiendas comerciales, las cuales serán las encargadas de hacerlas llegar al consumidor final.

DIAGRAMA DE PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DE HARINA DE PLÁTANO



4.03.04. Maquinaria

Es indispensable realizar la adquisición de la siguiente maquinaria para poder realizar el proceso de elaboración de harina de plátano, ya que al momento la fábrica cuenta con

la maquinaria justa para procesar la materia prima que le da como resultado un producto final que son los chifles:

Tabla 20: Maquinaria

Cant	Descripción
1	Paila estilo redondo para realizar el proceso de inmersión con una capacidad de 2 quintales por proceso.
1	Cortadora o troceadora para picar en rodajas el plátano y de esta manera estar dispuesta para el tratamiento térmico.
1	Molino industrial con capacidad de 10 quintales diarios.
1	Planta térmica
1	Cilindro industrial
1	Motor de energía eléctrica
1	Cernidora industrial con capacidad máxima de 2 quintales por proceso para incurrir en 5 procesos diarios.
1	Empacadora para que se encargue de empacar el producto en bolsas de polipropileno.

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

4.03.05. *Equipos*

Son aquellos que le permitirán a la planta cumplir con sus operaciones de modo normal y eficiente en cada una de las diferentes áreas en las que se desempeñe, de acuerdo al estudio realizado, se requerirán equipos de computación, equipos de oficina, equipos para la elaboración y proceso de la harina de plátano y también se va a necesitar de algunos muebles y enseres. Por lo tanto se procederá con la adquisición del siguiente equipo el cual es indispensable para el buen funcionamiento de la planta procesadora de harina de plátano:

Tabla 21: Equipo de cómputo

EQUIPO DE CÓMPUTO			
Cant	DESCRIPCIÓN	Precio Unit.	TOTAL
2	Computadoras	\$ 800.00	\$ 1,600.00
1	Impresora	\$ 250.00	\$ 250.00
TOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO		\$ 1,050.00	\$ 1,850.00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazarro

Tabla 22: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Cant	DESCRIPCIÓN	Precio Unit.	TOTAL
1	Mesa	\$ 60.00	\$ 60.00
3	Sillas	\$ 10.00	\$ 30.00
1	Archivador	\$ 80.00	\$ 80.00
1	Escritorio	\$ 120.00	\$ 120.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$ 270.00	\$ 290.00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazarro

Tabla 23: Equipos

EQUIPO			
Cant	DESCRIPCIÓN	Precio Unit.	TOTAL
1	Balanza Electrónica	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Termómetro	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Microscopio	\$ 300.00	\$ 300.00
1	Equipo de Laboratorio para pruebas	\$ 500.00	\$ 500.00
TOTAL EQUIPO		\$ 1,040.00	\$ 1,040.00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazarro

Tabla 24: Equipos de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
Cant	DESCRIPCIÓN	Precio Unit.	TOTAL
2	Teléfonos	\$ 35.00	\$ 70.00
2	Calculadoras	\$ 15.00	\$ 30.00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA		\$ 50.00	\$ 100.00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazarro

V. ESTUDIO FINANCIERO

Es de suma importancia analizar la parte económica del proyecto, ya que de esta manera se podrá determinar cuáles serán los montos económicos que serán necesarios para la realización del mismo, los costos de lo que serán sus funciones de administración, producción y ventas; todo esto servirá como base para realizar la evaluación económica del proyecto. Este estudio básicamente está conformado por la estimación de lo que serán los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto, también se debe determinar el tipo de financiamiento que va a tener el proyecto, tanto en la parte de su implementación como en la operación del mismo.

5.01. Ingresos Operacionales y no Operacionales

Esto hace referencia a los ingresos que se van a obtener producto de la actividad principal de la empresa, es decir, el giro del negocio, lo que serían los ingresos operacionales; en cuanto a los ingresos no operacionales se está hablando de aquellos ingresos que no tienen nada que ver con la actividad principal de la empresa y estos por lo general no son muy frecuentes. Desde el punto de vista tributario no existe diferencia alguna entre un ingreso que es operacional y otro que no lo es, puesto que mientras el

ingreso sea susceptible de incrementar el patrimonio de la empresa, por regla general se considera un ingreso gravado con el impuesto de renta.

Para el caso de este proyecto se conoce que se trata de la fabricación de la harina de plátano, que es su giro del negocio y de donde provendrán sus ingresos, cabe mencionar que la empresa solo se está centrando en la fabricación de la harina de plátano adicional a la fabricación de chifles, que es a lo que se dedica actualmente. A continuación los ingresos de la harina:

Tabla 25: Ingresos operacionales

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2		
	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total
Harina de plátano 500g	96,000	\$ 1.25	\$ 120,000.00	97,459	\$ 1.28	\$ 125,113.25

AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total
98,941	\$ 1.32	\$ 130,444.37	100,444	\$ 1.35	\$ 136,002.66	101,971	\$ 1.39	\$ 141,797.79

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazarro

5.02. Costos

Es el sacrificio económico en el que se debe incurrir para producir aquellos productos a los que se va a dedicar la compañía. El concepto de coste debe ser diferenciado de otros conceptos cercanos como el de gasto o inversión. Se denomina gasto a los bienes y servicios adquiridos para la actividad productiva de una empresa, es un concepto asociado al momento de la adquisición de los factores a diferencia del coste que es el gasto consumido en la actividad productiva y que por tanto está vinculado al momento en que se incorporan al proceso productivo. La inversión viene del hecho de que ciertos

gastos son consumidos en varios ejercicios. Recuperado de:

[Wikipedia.com].<http://es.wikipedia.org/wiki/Coste>

5.02.01. Costos directos

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, como por ejemplo, los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto, o los gastos de publicidad efectuados directamente para promocionar los productos en un territorio particular de ventas. Recuperado de:

[Contabilidad.com].http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html

La fábrica "Bananita" en su proceso de producción de la harina de plátano tendrá los siguientes costos directos:

Tabla 26: Costos directos de producción

CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	TOTAL
COSTO DE PRODUCCION			\$32,753.76
Costos Directos			
Materia Prima		\$18,582.00	
Mano de Obra Directa	\$14,171.76		

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.02.02. Costos indirectos

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario, normalmente, recurrir a algún tipo

de mecanismo de asignación, distribución o reparto. Los costos comunes a varios productos, o costos conjuntos, reciben también el tratamiento de costos indirectos.

Recuperado de:

[Contabilidad.com]. http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html

Los costos indirectos de fabricación son distintos a la mano de obra directa o a los costos directos, estos más bien hacen referencia a todo aquello que es necesario para la elaboración del producto, pero sin que forme parte del mismo por ejemplo: luz eléctrica, impuesto predial, depreciaciones de los equipos, mantenimiento de ciertos equipos, entre otros. Tal como se muestra a continuación:

Tabla 27: Costos indirectos de producción

CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	TOTAL
COSTO DE PRODUCCION			\$9,512.15
Costos Indirectos			
Mano de Obra Indirecta	\$4,461.48		
Depreciación	\$2,399.00		
Movilización y Transporte		\$2,400.00	
Mantenimiento	\$120.00		
Amortización	\$131.67		

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.02.03. Gastos administrativos

Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo. Por ejemplo, salarios de gerentes, jefes, secretarías y mensajeros; energía eléctrica de las oficinas, renta de las oficinas, limpieza de oficinas,

transporte de personal administrativo, combustible de gerentes, jefes u otro personal administrativo, capacitación de personal de oficina, seguro social de empleados de oficina, seguro de vehículos de personal administrativo, etc. En el caso de la fábrica "Bananita" se verá obligada a incurrir en muchos de los gastos antes mencionados, a continuación se muestra un cuadro de dichos gastos:

Tabla 28: Costos de administración

CONCEPTO	FIJO	TOTAL
COSTOS DE ADMINISTRACION		\$ 7,487.15
Sueldos	\$ 4,461.48	
Útiles de Aseo	\$ 690.00	
Servicios Básicos	\$ 1,680.00	
Depreciaciones	\$ 655.67	

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.02.04. Costos de ventas

Los costos de ventas son aquellos que posibilitan el proceso de la comercialización y venta de los bienes o servicios a los clientes. Unos de los costos de ventas que intervienen en este proceso son los sueldos y comisiones que se paga al personal del área comercial, otro costo de ventas son los fletes de transportación, otro costo de ventas es por ejemplo la publicidad que se realiza a un determinado producto, etc. El análisis de este indicador en un horizonte amplio de tiempo, contribuye a ilustrar los avances o retrocesos en la productividad. Determinar el costo de venta, en principio es algo muy sencillo, pues todo lo que se debe hacer es restar al valor de la venta, el valor que se invirtió en el producto vendido.

Tabla 29: Costos de venta

CONCEPTO	FIJO	TOTAL
COSTOS DE VENTA		\$5,386.36
Sueldos	\$4,986.36	
Promoción y Publicidad	\$400.00	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.02.05. Costos financieros

Los costos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía. Dichos activos requieren financiamiento, y así existen terceros (acreedores) o propietarios (dueños), que aportan dinero (pasivos y patrimonio neto, respectivamente, según la óptica contable) quienes demandan una compensación por otorgarlo, dado que el dinero tiene un valor en el tiempo.

Para el caso de este proyecto se adquirirá un préstamo en una de las instituciones financieras del sector, mismo que será por un monto de \$20.000,00 pagaderos a cinco años y con un interés del 12%.

5.02.06. Costos fijos y variables

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.

Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa. Es el caso por ejemplo de los pagos como el arrendamiento, puesto que este, así no se venda nada, hay que

pagarlo. Sucede también con casi todos los pagos laborales, servicios públicos, seguros, etc.

Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción.

Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable.

Un ejemplo claro de costo variable es la materia prima, puesto que entre más unidades se produzcan de un bien determinado, más materia prima se requiere, o caso contrario, entre menos unidades se produzcan, menos materia prima se requiere.

5.03. Inversiones

En el contexto empresarial, la inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

5.03.01. Inversión fija

5.03.01.01. Activos fijos

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos. Un contra ejemplo sería una inmobiliaria: los edificios que la inmobiliaria compra para vender varían durante el ciclo de explotación y por tanto forma parte del activo circulante.

La fábrica deberá realizar la construcción de todo lo que será el área de producción de la harina de plátano, la misma que deberá equipar con todo lo necesario para poder realizar la elaboración o producción del producto antes mencionado.

Tabla 30: Inversión fija

INVERSION FIJA		\$ 33,906.00
Construcción e Infraestructura	\$ 7,676.00	
Maquinaria	\$ 22,950.00	
Equipo	\$ 1,040.00	
Muebles y Enseres	\$ 290.00	
Equipo de Oficina	\$ 100.00	
Equipo de Computo	\$ 1,850.00	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.01.02. Activos nominales (diferidos)

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.

Tabla 31: Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES		\$ 8,076.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 300.00	
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 7,676.00	
GASTO DE PUBLICIDAD	\$ 100.00	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.02. *Capital de trabajo*

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación), es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo, es decir, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al proceso productivo.

Tabla 32: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		\$ 57,420.41
Materia Prima	\$ 18,582.00	
Mano de Obra	\$ 18,633.24	
Gastos Administrativos y Generales	\$ 7,487.15	
Gastos de Venta	\$ 5,386.36	
Gastos Financieros	\$ 7,200.00	
Amortización	\$ 131.67	

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Bazarro

5.03.03. *Fuentes de financiamiento y uso de fondos*

El administrador financiero tiene a su disposición una gran variedad de herramientas financieras que le permiten tomar decisiones de gran importancia para las empresas, una de estas herramientas es la aplicación del estado de fuentes y usos, el cual permite definir cuál es la estructura financiera de la organización y determinar cómo se financia la empresa. Esto con el fin de realizar los correctivos que permitan lograr el principio de conformidad financiera.

El estado fuentes y usos se ha convertido en una gran herramienta para el financiero debido a que da luces sobre las empresas rentables y autofinanciadas, al igual que da

información sobre la obtención de los recursos necesarios para el crecimiento de los activos.

Para este proyecto se van a requerir \$79.000 de los cuales la empresa "Bananita" cuenta con aporte propio de \$59.000 haciéndole incurrir en un préstamo de \$20.000 para que pueda cumplir al 100% con la implementación del mismo.

Tabla 33: Financiamiento

FINANCIAMIENTO						
FUENTES	INVERSION FIJA E INTANGIBLE	%	CAPITAL DE TRABAJO	%	TOTAL	%
Aporte propio	\$ 35,486.00	31.43%	\$ 57,420.41	50.86%	\$92,906.41	82.29%
Préstamo	\$ 20,000.00	17.71%	\$ -	0.00%	\$ 20,000.00	17.71%
TOTAL	\$ 55,486.00	49.14%	\$ 57,420.41	50.86%	\$112,906.41	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.04. Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

A continuación se muestra la tabla de amortización de la deuda en la que deberá incurrir la empresa para poder cumplir con sus actividades de forma normal. Cabe mencionar que la deuda es de \$ 20.000,00 los cuales se pagarán en un plazo de cinco años:

Tabla 34: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA				
CUOTA	CAPITAL	INTERES	PAGO TOTAL	SALDO
1 de 5	\$ 4,000.00	\$ 2,400.00	\$ 6,400.00	\$ 20,000.00
2 de 5	\$ 4,000.00	\$ 1,920.00	\$ 5,920.00	\$ 16,000.00
3 de 5	\$ 4,000.00	\$ 1,440.00	\$ 5,440.00	\$ 12,000.00
4 de 5	\$ 4,000.00	\$ 960.00	\$ 4,960.00	\$ 8,000.00
5 de 5	\$ 4,000.00	\$ 480.00	\$ 4,480.00	\$ 4,000.00
TOTAL	\$ 20,000.00	\$ 7,200.00	\$ 27,200.00	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.05. Depreciaciones (tabla de depreciaciones)

El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

En el siguiente cuadro se muestra la depreciación de los bienes con los que contará la empresa, mismos que serán equipos de oficina, equipos de computación, maquinarias, equipos, entre otros:

Tabla 35: Depreciaciones

DEPRECIACIONES									
BIENES	VALOR EN LIBROS	AÑOS A DEP.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEP. ACUM.	V. RESID.
Maquinaria	\$7,650.00	10	\$765.00	\$765.00	\$765.00	\$765.00	\$765.00	\$3,825.00	\$3,825.00
Equipos	\$1,040.00	10	\$104.00	\$104.00	\$104.00	\$104.00	\$104.00	\$520.00	\$520.00
Muebles y Enseres	\$290.00	10	\$29.00	\$29.00	\$29.00	\$29.00	\$29.00	\$145.00	\$145.00
Equipos de Oficina	\$100.00	10	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$50.00	\$50.00
Equipos de Computación	\$1,850.00	3	\$616.67	\$616.67	\$616.67	-	-	\$1,850.00	-
Equipos de Computación	\$1,850.00	3	\$-	\$-	\$-	\$616.67	\$616.67	\$1,233.33	\$616.67
TOTAL DEPRECIACIONES			\$1,524.67	\$1,524.67	\$1,524.67	\$1,524.67	\$1,524.67	\$7,623.33	\$5,156.67

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.06. Estado de situación inicial

El estado de situación patrimonial, también llamado balance general o de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una

empresa en un momento determinado. El estado de situación inicial tiene como estructura tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio.

Tabla 36: Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL FABRICA "BANANITA"			
	PARCIA L	TOTAL	TOTAL
ACTIVOS			
FIJOS		\$ 26,230.00	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 100.00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,850.00		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 23,990.00		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 290.00		
NOMINALES		\$ 8,076.00	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 300.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 7,676.00		
GASTO DE PUBLICIDAD	\$ 100.00		
TOTAL ACTIVOS		\$ 34,306.00	
			PASIVOS
			CUENTAS POR PAGAR
			\$ 20,000.00
			TOTAL PASIVOS
			\$ 20,000.00
			PATRIMONIO
			CAPITAL
			\$ 14,306.00
			TOTAL PATRIMONIO
			\$ 14,306.00
			TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO
			\$ 34,306.00

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.07. Estado de resultados proyectados (a cinco años)

Esto es el resultado final de los ingresos, los costos de ventas, los gastos administrativos, gastos financieros, impuesto, etc. Luego de determinar todos estos valores y realizar los cálculos correspondientes se procede con la proyección para los años del proyecto.

Con la proyección de los estados de resultados o también llamados estados financieros, se busca conocer la situación económica de la empresa en un periodo de tiempo

determinado. A continuación se muestra la proyección del estado de resultados a los cinco años que es el periodo de vida del proyecto:

Tabla 37: Estado de resultados

PROYECCION A 5 AÑOS					
ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCION	AÑOS DE PROYECCION				
	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS	\$ 120,000.00	\$ 125,113.25	\$ 130,444.37	\$ 136,002.66	\$ 141,797.79
COSTOS	\$ 62,339.41	\$ 63,286.97	\$ 64,248.93	\$ 65,225.52	\$ 66,216.95
UTILIDAD VENTAS	\$ 57,660.59	\$ 61,826.28	\$ 66,195.44	\$ 70,777.14	\$ 75,580.84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 7,487.15	\$ 7,600.95	\$ 7,716.49	\$ 7,833.78	\$ 7,952.85
GASTOS DE VENTAS	\$ 5,386.36	\$ 5,468.23	\$ 5,551.35	\$ 5,635.73	\$ 5,721.39
GASTOS FINANCIEROS	\$ 7,200.00	\$ 7,309.44	\$ 7,420.54	\$ 7,533.34	\$ 7,647.84
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 37,587.08	\$ 41,447.65	\$ 45,507.06	\$ 49,774.30	\$ 54,258.76
15% TRABAJADORES	\$ 5,638.06	\$ 6,217.15	\$ 6,826.06	\$ 7,466.14	\$ 8,138.81
UTILIDAD DESPUES DE PARTICIPACION	\$ 31,949.02	\$ 35,230.50	\$ 38,681.00	\$ 42,308.15	\$ 46,119.94
IMPUESTO A LA RENTA 22%	\$ 3,194.90	\$ 3,523.05	\$ 3,868.10	\$ 4,230.82	\$ 4,611.99
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 28,754.12	\$ 31,707.45	\$ 34,812.90	\$ 38,077.34	\$ 41,507.95
RESERVA LEGAL 5%	\$ 1,437.71	\$ 1,585.37	\$ 1,740.65	\$ 1,903.87	\$ 2,075.40
UTILIDAD FINAL	\$ 27,316.41	\$ 30,122.08	\$ 33,072.26	\$ 36,173.47	\$ 39,432.55

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.03.08. Flujo de caja

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

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

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

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

1. Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
2. Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro.
3. Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Tabla 38: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA (Estado de Fuentes y usos)						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FUENTES	\$125,713.08	\$34,371.08	\$37,176.75	\$40,126.92	\$43,228.14	\$46,487.22
Aporte propio	\$92,906.41	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamos	\$20,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta	\$ -	\$27,316.41	\$30,122.08	\$33,072.26	\$36,173.47	\$39,432.55
Depreciaciones	\$ -	\$3,054.67	\$3,054.67	\$3,054.67	\$3,054.67	\$3,054.67
Amortizaciones de la Inversión	\$ -	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00
Valor Residual	\$12,806.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
USOS	\$35,617.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Fija	\$33,906.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Diferida	\$1,580.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización	\$131.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Actual	\$90,095.41	\$34,371.08	\$37,176.75	\$40,126.92	\$43,228.14	\$46,487.22
Flujo Acumulado	\$ -	\$34,371.08	\$71,547.82	\$111,674.75	\$154,902.89	\$201,390.10

FLUJO DE INVERSION AJUSTADO						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo de inversión ajustado						
Inversión real	\$ -	\$ -	\$ -	\$23,990.00	\$ -	\$ -
Préstamos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo neto ajustado	\$ -	\$ -	\$ -	\$23,990.00	\$ -	\$ -

FLUJO NETO FINANCIERO						
Flujos de inv. ajustados	\$ -	\$ -	\$ -	\$23,990.00	\$ -	\$ -
Flujo Actual	\$90,095.41	\$34,371.08	\$37,176.75	\$40,126.92	\$43,228.14	\$46,487.22
Flujo Neto	\$90,095.41	\$34,371.08	\$37,176.75	\$64,116.92	\$43,228.14	\$46,487.22

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

5.04. Evaluación

5.04.01. Tasa de descuento

La tasa de descuento o tipo de descuento o costo de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. Así, es el valor nominal esperado de una obligación con vencimiento de un lapso específico y la tasa de descuento y su valor actual que puede ser reconocido por una persona o entidad tomadora.

Tabla 39: TMAR

TMAR	Tasa Mínima Aceptable de Retorno
Fórmula =	TMAR = Tasa Activa + Tasa Pasiva
Tasa Activa =	8.17%
Tasa Pasiva =	4.53%
TMAR =	12.70%

Análisis: este valor o porcentaje hace referencia al rendimiento mínimo que se espera obtener con la implementación de este proyecto.

5.04.02. VAN

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y las pagadas.

Tabla 40: VAN

VAN	Valor Actual Neto
Fórmula =	(-) Inversión Inicial + Flujos Netos (flujos descontados)

¿Cómo calcular los Flujos Netos por c/año del proyecto?	
Fórmula =	$FNE/1+i^n$
FNE =	Flujo Neto de efectivo
i =	TMAR
P =	Inversión Inicial

Cálculo de los Flujos Netos por c/año del proyecto				
AÑOS				
1	2	3	4	5
\$ 30,497.85	\$ 29,270.06	\$ 44,792.05	\$ 26,796.06	\$ 25,569.01

VAN =	\$ 44,018.61
--------------	--------------

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: luego de haber realizado el cálculo entre el valor inicial y el flujo neto de efectivo por cada año, se obtiene como resultado un valor positivo, lo que demuestra que el proyecto es viable y aplicable.

5.04.03. TIR

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". Para determinar este indicador hemos tomado los valores de la tasa activa y la tasa pasiva, a las que iremos cambiando hasta hacer que el valor del VAN se convierta en cero, entonces nuestra TIR será la suma de los valores finales que quedaros en los campos correspondientes a las tasas activas y pasivas.

Tabla 41: TIR

TIR	Tasa Activa + Tasa Pasiva
Tasa Activa =	16.67%
Tasa Pasiva =	10.00%

TIR =	26.67%
--------------	---------------

VAN	0.00
------------	-------------

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Análisis: luego de realizar el ejercicio planteado en la parte de arriba, es decir, cambiar los valores de las tasas tanto activa como pasiva hasta lograr que el VAN se convierta en cero, se puede apreciar que la TIR que es la suma de estas dos tasas, ha llegado hasta el 26.67%, esto es un factor positivo para este proyecto.

5.04.04. *PRI (periodo de recuperación de la inversión)*

El *payback* o "plazo de recuperación" es un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto en base a cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja. Resulta muy útil cuando se quiere realizar una inversión de elevada incertidumbre y de esta forma tenemos una idea del tiempo que tendrá que pasar para recuperar el dinero que se va a invertir. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión.

A continuación se muestra un cuadro en el que se puede apreciar el tiempo que le tomará a la fábrica "Bananita" recuperar su inversión inicial:

Tabla 42: Periodo de Recuperación de Inversión

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	
				Actualizado	Acumulado
0	-\$112,906.41	-\$112,906.41	1.00	-\$112,906.41	-\$112,906.41
1	\$34,371.08	-\$78,535.34	0.89	\$30,497.85	-\$ 82,408.56
2	\$37,176.75	-\$41,358.59	0.79	\$29,270.06	-\$ 53,138.51
3	\$64,116.92	\$22,758.33	0.70	\$44,792.05	-\$ 8,346.46
4	\$43,228.14	\$65,986.47	0.62	\$26,796.06	\$ 18,449.60
5	\$46,487.22	\$112,473.69	0.55	\$25,569.01	\$ 44,018.61

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	64,116.92	-41,358.59
1 mes	5,343.08	-36,015.51
2 mes	5,343.08	-30,672.44
3 mes	5,343.08	-25,329.36
4 mes	5,343.08	-19,986.28
5 mes	5,343.08	-14,643.20
6 mes	5,343.08	- 9,300.13
7 mes	5,343.08	- 3,957.05
8 mes	5,343.08	1,386.03
9 mes	5,343.08	6,729.10
10 mes	5,343.08	12,072.18
11 mes	5,343.08	17,415.26
12 mes	5,343.08	22,758.33

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	44,792.05	-8,346.46
1 mes	3,732.67	-4,613.79
2 mes	3,732.67	-881.12
3 mes	3,732.67	2,851.55
4 mes	3,732.67	6,584.22
5 mes	3,732.67	10,316.89
6 mes	3,732.67	14,049.57
7 mes	3,732.67	17,782.24
8 mes	3,732.67	21,514.91
9 mes	3,732.67	25,247.58
10 mes	3,732.67	28,980.25
11 mes	3,732.67	32,712.92
12 mes	3,732.67	36,445.59

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

En este cálculo podemos observar que el periodo de recuperación de inversión en valores constantes será de 2 años 7 meses, y a valores actualizados será de 3 años 2 meses.

5.04.05. RBC (relación costo beneficio)

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas. Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación es en centavos por cada dólar que se ha invertido.

El valor de la Relación Beneficio/Costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, es decir, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante.

Tabla 43: Relación Costo Beneficio

Periodo	Actualizado	Inversión
1	\$ 30,497.85	\$ 112,906.41
2	\$ 29,270.06	
3	\$ 44,792.05	
4	\$ 26,796.06	
5	\$ 25,569.01	
TOTAL	\$ 156,925.02	\$ 112,906.41
R C/B	1.39	

Fuente: Primaria

Elaborado por: Jimmy Bazurto

Esto significa que por cada dólar que invierta la empresa, se obtendrá una ganancia de 0.39 centavos.

5.04.06. Punto de equilibrio

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto.

Tabla 44: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
$P.E. = \frac{CF}{P - CVU}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	7,487.15
Gastos de Ventas	5,386.36
Gastos Financieros	7,200.00
TOTAL COSTOS FIJOS	20,073.51
Costo Variable unitario	1.00
Precio	1.25

$$PE = \frac{CF}{p - CVU}$$

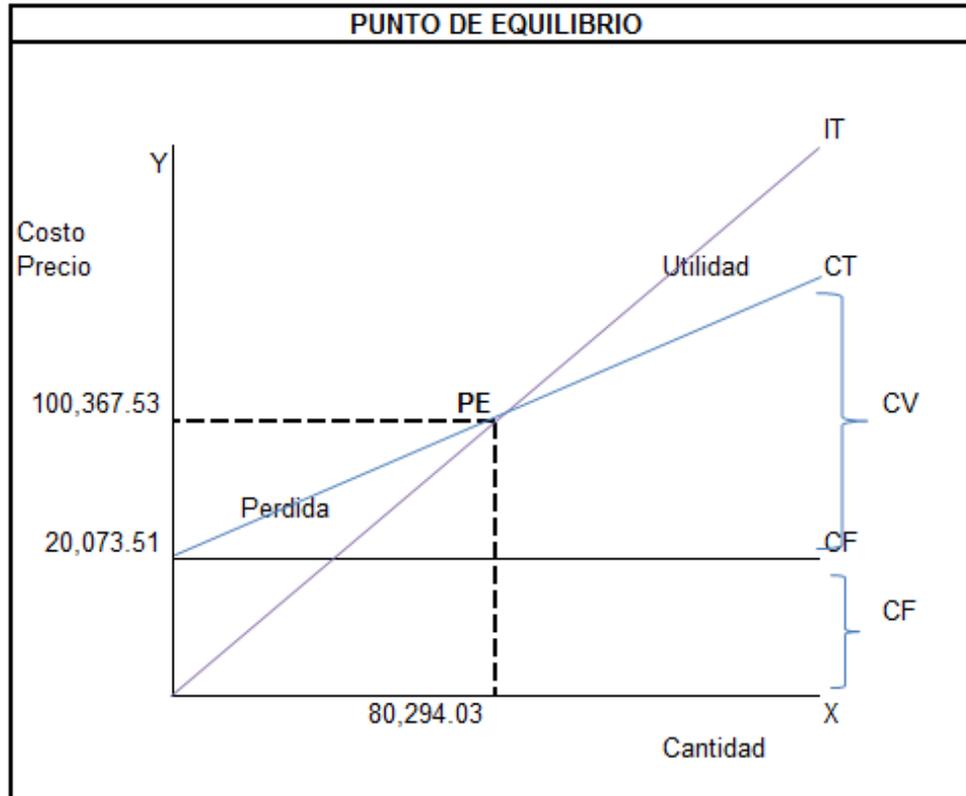
$$PE = \frac{20,073.51}{1.25 - 1.00}$$

$$PE = \frac{20,073.51}{0.25} = 80,294.03 \text{ U}$$

DEMOSTRACION

VENTAS	100,367.53
(-) Costo Variable	80,294.03
(=) Margen Contribución	20,073.51
(-) Costo Fijos	20,073.51
(=) Utilidad Operacional	-

Gráfico 5: Punto de Equilibrio



5.04.07. *Análisis de índices financieros*

Un indicador financiero o índice financiero es una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de una empresa con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de la misma. Refleja, en forma numérica, el comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes. Al ser comparada con algún nivel de referencia, el análisis de estos indicadores puede estar señalando alguna desviación sobre la cual se podrán tomar acciones correctivas o preventivas según el caso.

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias. Los resultados así obtenidos por si solos no tienen mayor significado; sólo cuando los relacionamos unos con otros y los comparamos con los de años anteriores o con los de empresas del mismo sector y a su vez el analista se preocupa por conocer a fondo la operación de la compañía, podemos obtener resultados más significativos y sacar conclusiones sobre la real situación financiera de una empresa. Adicionalmente, nos permiten calcular indicadores promedio de empresas del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras. El analista financiero, puede establecer tantos indicadores financieros como considere necesarios y útiles para su estudio. Para ello puede simplemente establecer razones financieras entre dos o más cuentas, que desde luego sean lógicas y le permitan obtener conclusiones para la evaluación respectiva. Para una mayor claridad en los conceptos de los indicadores financieros.

La interpretación de los resultados que arrojan los indicadores económicos y financieros está en función directa a las actividades, organización y controles internos de la empresa. Recuperado de:

[Wikipedia.com]. http://es.wikipedia.org/wiki/Indicador_financiero

VI. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01. Impacto ambiental

El impacto ambiental es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente. El concepto puede extenderse a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base ambiental.

La ecología es la ciencia que se encarga de medir este impacto y tratar de minimizarlo.

Las acciones de los hombres sobre el medio ambiente siempre provocarán efectos colaterales sobre este. Existe una gran preocupación a nivel ambiental, como la contaminación de los mares con petróleo, los desechos de la energía radioactiva, la contaminación acústica, entre otros.

Los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos. El agua, el suelo y el aire son recursos que están siendo afectados por acciones sin estudios previos que permitan mitigar estos impactos. La minimización del impacto ambiental es un

factor importante en los estudios de cualquier proyecto que se quiera llevar a cabo. Con esto se puede lograr que los efectos secundarios sean positivos, o menos negativos.

Análisis: El cultivo de plátano tiene un mínimo impacto ambiental por parte de los plaguicidas en el ser humano, esto ha ido cambiando con el pasar de los años debido a la importancia que tiene el cultivo, siendo este de gran beneficio y aporte a la actividad económica de todo el país.

6.02. Impacto económico

Para reflejar el impacto económico se utilizarán indicadores como la variación en las curvas de producción, los conflictos con los sectores económicos activos, los índices de rentabilidad financiera, el análisis de sensibilidad y los cambios previstos en los indicadores económicos y productivos. La mayor parte se orientan a la conservación y uso racional de los recursos de la región.

Análisis: Ecuador es uno de los primeros productores y exportadores de plátano pese a que el territorio de cultivo no sea tan grande como el de otros países como China e India. Por lo tanto el enfoque al que está dado el proyecto es para poder ofrecer una mejor economía al cantón El Carmen ubicado en la provincia de Manabí, el cual posee una flora y fauna muy diversa; siendo el plátano unos de mayor rédito económico para sus habitantes, por esta razón se pretende la ampliación con un nuevo producto como es la harina de plátano la cual va ayudar a que la economía del país cada vez sea más gratificante para sus habitantes.

6.03. Impacto productivo

La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

Análisis: El cultivo, el mantenimiento y el control de calidad que se le da a esta fruta como es el plátano es de vital importancia para poder ofrecer al consumidor final un producto que cumpla con sus expectativas, sabiendo que su proceso de cultivo radica en el trato que se le da al plátano en sus primeras semanas para así obtener un plátano en óptimas condiciones para luego ser procesado logrando hacer con él un producto final como es la harina de plátano, proceso que radica en el pelado, tajado, deshidratación, molido, tamizado y por último empacado.

6.04. Impacto social

El impacto social tiene varios significados. Una primera definición hace referencia a todos los efectos que los diferentes proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad, aquí también son involucrados los resultados obtenidos o finales ya que a partir de esos "deseos", fue que se dio origen al programa que busca siempre como meta un mejoramiento de la comunidad a mediano o largo plazo en el tiempo. Impacto social no involucra tan sólo criterios económicos, sino también criterios de efectos, resultados

e impactos del proyecto. Aquí vale la pena señalar que los efectos son relacionados al propósito del proyecto, mientras que los impactos hacen referencia al fin del mismo.

Análisis: En efecto este proyecto no solo está enfocado a adquirir réditos económicos sino que también su importancia de generar fuente de empleo para aquellas madres de familia que no cuentan con oportunidad laboral ya sea esta por su nivel de educación u otros, se da paso a que ellas se han las que este el proceso de producción de la harina de plátano, además sus hijos tendrán como beneficio poder tomar este producto sin costo siendo que sus madres recibirán mensualmente este producto de manera gratuita.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

- En el estudio de mercado se pudo concluir que existe una gran demanda insatisfecha de la harina de plátano y que debería ser aprovechada por la empresa "Bananita" poniendo en marcha la ejecución de este proyecto.
- El producto de la harina de plato tiene un gran nivel de aceptación por parte de la población siendo que este ha sido y seguirá siendo de gran beneficio en primera instancia en los niños.
- El crecimiento monetario para la empresa será representativo ya que este al lanzar un nuevo producto al mercado está incursionando en un mercado alentador, el cual está dispuesto a adquirir la harina de plátano.
- El periodo de recuperación de la inversión en este proyecto es de 2 años 7 meses, lo que significa que es muy bueno y permite que este proyecto sea viable.

7.02. Recomendaciones

- El manejo de los recursos de forma adecuada, los cuales le permitirán no solo un buen resultado en la producción sino obtener ganancias favorables
- Realizar publicidad que permita que el producto que se dé a conocer primero en El Carmen y luego espere tener fuerza para salir a otros cantones y ciudades del país.
- Desarrollar estrategias de negocio continuo para lograr un mayor posicionamiento en el segmento de mercado que el Proyecto pretende atender.
- Entablar las mejores relaciones con los proveedores de la materia prima para que logren no solo su fidelización sino que puedas contar con algunos descuentos de orden preferenciales.
- Revisar y evaluar todas las condiciones legales que generalmente se requieren al momento de poner en marcha este tipo de proyectos.
- Evaluar bien todas las posibilidades respecto a las fuentes de financiamiento que se encuentren vigentes al momento de la puesta en marcha de este proyecto.