



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PREMEZCLAS INSTANTÁNEAS PARA
TORTAS CON HARINAS DE PLÁTANO EN LA CIUDAD DE AMBATO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

Autora

Romero Gavidia Estela Geovana

Tutor

Ing. Bucheli Ponce Patricio Fabián, Msc.

**AMBATO – ECUADOR
2020**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Yo, Estela Geovana Romero Gavidia, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PREMEZCLAS INSTANTÁNEAS PARA TORTAS CON HARINAS DE PLÁTANO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 21 días del mes de julio de 2020, firmo conforme:

Autor: Estela Geovana Romero Gavidia

Firma:



Número de cédula: 180340235-1

Dirección: Tungurahua, Ambato, Huachi San José.A

Correo Electrónico: geovita1982@gmail.com

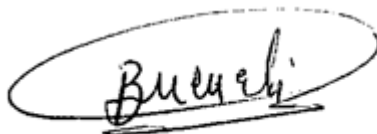
APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PREMEZCLAS INSTANTÁNEAS PARA TORTAS CON HARINAS DE PLÁTANO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentando por Estela Geovana Romero Gavidia para optar por el título de Ingeniera de Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 21 de Julio de 2020



.....
Ing. Patricio Fabián Bucheli Ponce, Msc

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaró que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad leal y académica del autor.

Ambato, 21 de Julio de 2020



.....
Estela Geovana Romero Gavidia

180340235-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisando, aprobado y autorizado su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PREMEZCLAS INSTANTÁNEAS PARA TORTAS CON HARINAS DE PLÁTANO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondos y formas para que la estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 27 de julio de 2020



.....
Ing. Sandra Tejada, Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
Ing. Tatiana Rodríguez, Mg.
VOCAL



.....
Eco. Tania Morales; Mg.
VOCAL

DEDICATORIA

Todo este trabajo y sacrificio se lo dedicó a Dios por su infinita bondad, a mis padres, y a mis hijos Diego y Mireya gracias por su esfuerzo, sacrificio y apoyo incondicional.

Geovana

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos a todos maestros de primero a décimo semestre, que han aportado con su granito de arena en transmitir sus conocimientos, gracias por su paciencia, apoyo y enseñanza. En especial a la Ing. Catalina Silva.

Gracias por su amistad y consejo.

Geovana

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
Los siguientes son los objetivos de la investigación:.....	2
CAPÍTULO I.....	3
1. Área de marketing.....	3
1.1 Objetivos del estudio de mercado.....	3
1.2 Definición del producto o servicio.....	3
1.2.1 Especificación del servicio o producto.....	3
1.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	4
1.3. Definición de mercado.....	4
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.....	5
1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	5
1.3.1.2. Estudio de segmentación.....	6
1.3.1.3. Plan de muestreo.....	8
1.3.1.4. Instrumento para recopilar información.....	8
1.3.1.4. Diseño y recolección de información.....	10
1.3.1.5. Análisis e interpretación.....	12
1.4. Análisis del macro y microambiente.....	27
1.4.1. Análisis del microambiente.....	27
1.4.2. Análisis del macro ambiente.....	29
1.4.3. Proyección de la oferta.....	34
1.4. Demanda potencial insatisfecha.....	36
1.5. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de comunicación).....	37
1.6. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de distribución).....	41
1.7. Seguimiento de clientes.....	43
1.8. Especificar mercados alternativos.....	43
CAPÍTULO II.....	45
2. Área de producción (Operaciones).....	45
2.1. Objetivos del estudio de producción.....	45
2.2. Descripción del proceso.....	45

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio	46
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	52
2.2.3. Tecnología a aplicar	56
2.3. Factores que afectan el plan de operaciones.....	57
2.3.1. Ritmo de producción	57
2.3.2. Nivel de inventario promedio.....	57
2.3.3. Número de trabajadores	58
2.4. Capacidad de producción	58
2.4.1. Capacidad de producción futura.....	58
2.5. Definición de recursos necesarios para la producción	59
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	59
2.6. Calidad	60
2.6.1. Método de control de calidad	60
2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación	63
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	63
CAPÍTULO III	65
3. Área de organización y gestión.....	65
3.1. Objetivos del estudio de organización y gestión.....	65
3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos.....	65
3.2.1. Visión de la empresa	65
3.2.2. Misión de la empresa	66
3.2.3. Objetivos y estrategias	68
3.3. Organización funcional de la empresa	69
3.3.1. Organización interna	69
3.3.2. Descripción de puestos.....	71
3.4. Control de gestión	75
3.4.1. Indicadores de gestión.....	75
3.5. Necesidades de personal	76
CAPÍTULO IV	77
4. Área jurídico legal	77
4.1. Objetivos del estudio jurídico legal.....	77
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	77

4.3. Patentes y marcas	80
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, inicio de actividades, etc.).....	81
CAPÍTULO V	85
5. Área financiera.....	85
5.1. Objetivos del estudio financiero.....	85
5.2. Plan de inversiones.....	85
5.3. Plan de financiamiento	87
5.4. Cálculo de costos y gastos.....	87
5.5. Cálculo de ingresos	96
5.6. Flujo de caja	98
5.7. Punto de equilibrio	99
5.8. Estado de Resultados proyectado.....	102
5.9. Evaluación financiera.....	103
a) Indicadores	103
a1) Valor actual neto	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorización de sujetos.....	5
Tabla 2. Dimensión conductual.....	6
Tabla 3. Dimensión geográfica.....	6
Tabla 4. Dimensión demográfica.....	7
Tabla 5. Edad de las personas área urbana.....	7
Tabla 6. Identificar a los consumidores de premezclas.....	12
Tabla 7. Características del producto.....	13
Tabla 8. Unidades que consume al mes.....	14
Tabla 9. Interés por la premezcla de harina de plátano.....	15
Tabla 10. Satisfacción del producto.....	16
Tabla 11. Empaquetado del producto.....	17
Tabla 12. Cantidad deseada del producto.....	18
Tabla 13. Precio del producto.....	19
Tabla 14. Beneficios de la premezcla de banano.....	20
Tabla 15. Consumo de premezclas.....	21
Tabla 16. Tasa de crecimiento de la población.....	23
Tabla 17. Crecimiento de la población.....	24
Tabla 18. Cantidad de compra al año de premezclas.....	24
Tabla 19. Tendencia de la demanda.....	25
Tabla 20. Proyección de la demanda.....	26
Tabla 21. Matriz EFE.....	29
Tabla 22. Matriz EFE mejorada.....	30
Tabla 23. Matriz EFI.....	31
Tabla 24. Matriz EFI mejorada.....	32
Tabla 25. Matriz MPC.....	33
Tabla 26. Datos de producción de harina de plátano.....	34
Tabla 27. Proyección de la oferta.....	35
Tabla 28. Demanda potencial insatisfecha.....	36
Tabla 29. Promoción y publicidad.....	37
Tabla 30. Promoción.....	38
Tabla 31. Propuesta de valor modelo CANVAS.....	42
Tabla 32. Mercados alternativos.....	44
Tabla 33. Simbología del flujograma.....	47

Tabla 34. Factores determinantes para la localización.....	52
Tabla 35. Distribución de la planta “Delibanano”	53
Tabla 36. Equipos.....	55
Tabla 37. Personas.....	56
Tabla 38. Número de trabajadores	58
Tabla 39. Capacidad de producción futura.....	59
Tabla 40. Descripción de puestos: Gerente	71
Tabla 41. Descripción de puestos: Contador	72
Tabla 42. Descripción de puestos: Vendedor	73
Tabla 43. Descripción de puestos: Supervisor de calidad de la premezcla	74
Tabla 44. Descripción de puestos: Obrero de la premezcla	75
Tabla 45. Indicadores de gestión	75
Tabla 46. Inversiones	86
Tabla 47. Plan de financiamiento	87
Tabla 48. Detalle de costos.....	88
Tabla 49. Proyección de costos	89
Tabla 50. Detalle de gastos.....	90
Tabla 51. Proyección de Gastos	91
Tabla 52. Mano de obra.....	92
Tabla 53. Rol de pagos de los empleados administrativos y de ventas.....	93
Tabla 54. Depreciación.....	94
Tabla 55. Proyección de la depreciación.....	95
Tabla 56. Ingresos	96
Tabla 57. Proyección de ingresos.....	97
Tabla 58. Flujo de caja	98
Tabla 59. Resumen de datos.....	99
Tabla 60. Estado de Resultados proyectado	102
Tabla 61. TMAR 1	114
Tabla 62. TMAR 2	114
Tabla 63. Tabla de amortización	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.Respuestas de los consumidores de premezclas	12
Gráfico 2.Conocimiento acerca de sus características	13
Gráfico 3.Cuántas premezclas consume al mes	14
Gráfico 4.Acogida por la harina de plátano	15
Gráfico 5.Conocer acerca de la satisfacción del producto	16
Gráfico 6.Preferencia por el tipo de empaquetado.....	17
Gráfico 7.Preferencia por la cantidad de producto.....	18
Gráfico 8.Mejor precio para el producto.....	19
Gráfico 9.Beneficios del producto	20
Gráfico 10.Resultado del consumo de premezclas	21
Gráfico 11.Tendencia de la demanda.....	25
Gráfico 12,Logotipo	38
Gráfico 13.Etiqueta	39
Gráfico 14.Envase	40
Gráfico 15.Sistema de distribución	41
Gráfico 16.Flujograma de producción	48
Gráfico 17.Mapa de procesos.....	49
Gráfico 18.Diagrama de proceso actual	50
Gráfico 19.Diagrama de proceso mejorado	51
Gráfico 20.Distribución de la planta (Escala 1:100)	54
Gráfico 21.Circulo Deming PDCA	61
Gráfico 22.Equipos de bioseguridad	64
Gráfico 23.Objetivos y Estrategias	68
Gráfico 24.Punto de equilibrio.....	101

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PREMEZCLAS INSTANTÁNEAS PARA TORTAS CON HARINAS DE PLÁTANO EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

AUTOR: Estela Geovana Romero Gavidia

TUTOR: Ing. Patricio Fabián Bucheli Ponce, Msc.

RESUMEN EJECUTIVO

En el plan de negocios se realizó el análisis de la factibilidad de la elaboración y comercialización de premezclas instantáneas para tortas con harinas de plátano, para lograr este propósito se identificó las necesidades para la producción del producto, los materiales, materia prima y recursos humanos, estos pasos se llevaron a cabo para satisfacer una necesidad en el mercado, porque no se encuentra un producto realizado a base de harinas de plátano y las preferencias de los consumidores es que actualmente se promueva este producto saludable por la composición nutritiva de la premezcla; la conclusión a la que se llegó de este plan de negocios es que se obtiene rentabilidad, existe suficiente demanda potencial en el mercado para colocar el producto al segmento de mercado identificado la población de 10 a 60 años ubicados en el área urbana; los principales resultados sobre el volumen de la demanda potencial insatisfecha, es que para el primer año se requieren 5.518 unidades mensuales, lo que representa un total de ingresos de \$ 13.795,40; las utilidades en el primer año, por lo tanto son de \$ 51.124,05; los indicadores financieros dan un resultado en el valor actual neto de \$ 120.182,94 mientras que la tasa interna de retorno es del 70%, por lo que el resultado de este emprendimiento es favorable para el inversionista.

DESCRIPTORES: comercialización, emprendimiento, harina de plátano, plan de negocios, rentabilidad

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TOPIC: BUSINESS PLAN FOR THE PREPARATION AND COMMERCIALIZATION OF PREMIX FOR CAKES WITH BANANA FLOUR IN THE CITY OF AMBATO, PROVINCE OF TUNGURAHUA”.

AUTHOR: Estela Geovana Romero Gavidia

TUTOR: Ing. Patricio Fabián Bucheli Ponce, Msc.

ABSTRACT

This research is based on the analysis of the feasibility of the preparation and marketing of instant premixes for cakes with banana flour based on a business plan where, to achieve the goal, the needs for its production, raw material and human resources were identified. The procedures were carried out to satisfy the market need, because there is no product made from banana flour to prepare cakes in it and the current consumer preference is to purchase a healthy product due to its nutritional composition. It is concluded that this business plan is profitable and that there is a potential demand to place the product in the market segment according to a population between 10 and 60 years old, located in the urban area. The main results obtained in the unsatisfied potential demand is that for the first year, 5.518 units are required per month, amount that represents a total income of \$13.795,40 with profits of \$51.124,05. The financial indicators give a result in the net present value of \$ 120,182.94, while the internal rate of return is 70%, so it is concluded that the result of this undertaking is favorable for the investor.

Keywords: marketing, entrepreneurship, banana flour, business plan, profitability

INTRODUCCIÓN

En este emprendimiento denominado “Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de premezclas instantáneas para tortas con harinas de plátano en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua” es el resultado del análisis e investigación de los conocimientos recibidos en la Universidad Tecnológica Indoamérica, se inició con la identificación de un problema, que por observación se determinó que en el mercado no se encuentra el producto elaborado con harina de plátano, por esta razón se inició el trabajo.

Capítulo I

En el capítulo I se realizó el análisis de la definición del mercado, con este fin se describieron en las tablas de la categorización de sujetos, la compra del producto y la decisión tienen los padres de familia y miembros del hogar; en la tabla de la dimensión geográfica se investigó que para el año 2020 existen 358.342 personas, en la dimensión demográfica el segmento de mercado está en el área geográfica urbana con un total de 124.069 personas, con este dato se aplicó la fórmula finita calculando sobre esta la muestra, ante lo cual se procedió a obtener la información del mercado.

Capítulo II

La parte más relevante de este capítulo radica en el desarrollo de los procesos de producción y los flujogramas que permitieron observar los pasos para obtener el producto, de igual forma se estudió la descripción de los equipos y de las personas en total cinco trabajadores en este emprendimiento.

Capítulo III

Consta como parte fundamental el desarrollo de los organigramas, es decir de la estructura de la empresa, para lo cual se utilizó gráficamente la distribución de los departamentos de comercialización, producción y administrativo, las funciones de los colaboradores se detallan tanto del gerente, como del contador, vendedor y de las personas que trabajan en la producción

Capítulo IV

En este capítulo se realizó la consulta de los requerimientos legales para la empresa, siendo una persona natural para lo cual es necesario registrar en el Servicio de Rentas Internas el proceso para la obtención del Registro Único de Contribuyentes, posteriormente se obtuvo también la Patente municipal y los registros de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia ARCSA.

Capítulo V

En este capítulo se estudió las inversiones que acceden a \$ 64.141,65 estas se encuentran agrupadas en cuentas, posteriormente se procedió a obtener el plan de financiamiento existiendo de recursos propios 76,61% y el 23,39% son recursos de terceros, en los cálculos de los costos y gastos se realizó el detalle de cada uno y se obtuvo la proyección para el año 1 los costos son \$ 68.747,30 mientras que los gastos son de \$ 28.173,31. En este capítulo se estudió el VAN y se obtuvo el valor de \$ 120.182,94, la tasa mínima de rendimiento es de 7,92%, por lo que se obtuvo una Tasa Interna de retorno (TIR) de 70%, en este punto el VAN se hace cero, la conclusión es que el proyecto a largo plazo se podrá sostener económicamente.

Los siguientes son los objetivos de la investigación:

- Investigar sobre el segmento de mercado mediante el cual se va a ofertar el producto de la premezcla para tortas a base de harina de plátano.
- Cumplir las actividades a través de los procesos para obtener el producto final
- Investigar cuales son las áreas de organización y gestión con el fin de desarrollar los procesos de manera eficiente
- Determinar las distintas obligaciones legales para obtener los permisos de funcionamiento de la empresa “Delibanano”
- Determinar los aspectos económicos y financieros para la empresa “Delibanano” con el fin de contar con los datos para la toma de decisión

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Objetivo General

Investigar cuál es la cantidad de consumidores que existen en el mercado de la ciudad de Ambato respecto al tipo de producto del plan de negocios.

Objetivos específicos

- Identificar las características del producto para ofrecer ese beneficio
- Analizar cuál es el canal de comercialización para este emprendimiento
- Obtener la cantidad de producción para el proyecto de forma anual

1.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El producto que se presenta en este plan de negocios es un alimento nutritivo, preparado con normas de calidad en su manipulación, contiene una mezcla de materia prima sin aditivos químicos, es rico en vitaminas y potasio, aportando energía y contribuyendo a la buena salud de los consumidores porque su consumo no tiene efectos secundarios, lo cual garantiza la salud del consumidor.

1.2.1 Especificación del servicio o producto

El producto de este emprendimiento es una premezcla de harina de banano, que se venderá en el mercado en envases de 432 gramos. El contenido está compuesto por harina de banano que es rica en almidón, ayuda a mantener los niveles de azúcar

y de colesterol, además controla el apetito (Urquiza, 2020), por lo que servirá para la salud del consumidor.

1.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

La premezcla instantánea para torta con harina de plátano presenta como aspecto innovador la oferta de un producto saludable, en comparación a otros tipos de harina, este producto no contiene gluten y su consistencia es fina de fácil manipulación, suave al tacto lo que produce un resultado agradable en su cocción, su sabor es neutro y contiene aromas naturales del banano.

Las características transformadas en beneficios hacia el cliente son relacionadas a la salud y a la nutrición, este producto sirve como base para la elaboración de otros productos como coladas, adicionando a esta harina azúcar morena o panela se obtiene féculas, que puede servir para realizar una papilla con leche, siendo muy nutritivo para los niños y personas adultas mayores. La composición aproximada de la harina de plátano es agua 13,1%, proteína 2%, grasa 0,4%, carbohidratos 82,7% y fibra 0,1% (Suárez, 2005).

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

El mercado puede ser considerado el sitio que de forma física, se encuentra ubicado en un lugar determinado y en donde se realizan las transacciones para intercambiar bienes o servicios; en tanto que en el sentido económico, el mercado es aquel en donde interactúan los aspectos económicos con los denominados agentes económicos conocidos como oferta y demanda (Martínez, 2018).

Otro criterio sobre el mercado es que se forma a partir de las necesidades que existen entre un grupo de personas, los cuales buscan satisfacer esas necesidades creando un producto que cumpla con los requisitos de una cierta necesidad (Heredia, 2020).

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general

El mercado al que va dirigido este producto se encuentra en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, el producto puede ser consumido por hombres y mujeres ya que presenta una composición saludable. El rango de edad que se cubrirá en el mercado es desde los 10 años hasta los 60 años, a partir de la edad de 10 años los niños comienzan a tener preferencias por otros sabores y las personas adultas mayores a esta edad requieren de mayores fuentes de vitaminas y de energía.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Tabla 1.

Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Hombres y mujeres de la población económicamente activa
¿Quién usa?	Hombres y mujeres en los hogares
¿Quién decide?	Padres de familia
¿Quién influye?	Gustos de los miembros del hogar

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la categorización de sujetos se establece que quienes compran son las mujeres y hombres que pertenecen a la población económicamente activa, el producto lo usan los consumidores desde los 10 años hasta los 60 años, quienes deciden la compra con los padres de familia, quien influye son los gustos de os miembros del hogar.

1.3.1.2. Estudio de segmentación

Tabla 2.

Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad:	Alimentación
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Ninguna
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En el estudio de segmentación se determinó que el tipo de necesidad se da porque el consumidor requiere cubrir su alimentación como prioridad en el desarrollo de su vida, por lo que la compra se produce por comparación con otros productos similares creando una actitud positiva en relación al producto.

Tabla 3.

Dimensión geográfica

Variable	Descripción	No habitantes	
		2010	2020
País	Ecuador	14.483.499	17.510.643
Región	Sierra	6.692.336	7.847.136
Ciudad urbana	Ambato	165.185	358.342

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

En la dimensión geográfica se investigó que para el año 2010 el número de habitantes del Ecuador fue de 14.483.499 personas, mientras que en la proyección para el año 2020 es de 17.510.643.

De igual forma en la ciudad de Ambato para el año 2010 fue de 165.185 y para el año 2020 la proyección es de 358.342 habitantes, esta información se obtuvo directamente de los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos obtenidos con proyecciones poblacionales.

Dimensión demográfica

El aspecto demográfico se investiga a través de las estadísticas que se realizan de las poblaciones de estudio, en este sentido, se puede realizar segmentaciones que pueden ser medidas de estas partes de la población y tienen relación con datos de edad, renta, ocupaciones de las personas, el tamaño de los hogares o datos sobre la educación, como los comúnmente utilizados (Burke, 2014).

Tabla 4.

Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Sexo	Masculino	86.299
	Femenino	92.239
	Población	
Socioeconómico	económicamente activa	160.023
Ocupación	Indistinta	
Edad	10 a 60 años	124.069

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Tabla 5.

Edad de las personas área urbana

	TOTAL	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años
URBANO	124069	14582	15418	15120	14226	13010	11269	10413	9833	8105	6773	5320
RURAL	9765	1406	1283	1138	1120	990	911	777	741	571	459	369
AMBATO	133834	15988	16701	16258	15346	14000	12180	11190	10574	8676	7232	5689

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

En la dimensión demográfica se obtuvo que la población económicamente activa es de 160.023 personas, de este total el segmento de mercado objetivo se ubica sólo en el área urbana para el proyecto de emprendimiento es de 124.069 personas.

1.3.1.3. Plan de muestreo

Muestra

La muestra es el conjunto de población a que va dirigido, permite conocer mejor la población que se va a dirigir (Organización de las Naciones Unidas, 2020), en este caso se divide por edades que van de 10 a 60 años en la provincia de Tungurahua en el cantón de Ambato.

Para conocer las encuestas necesarias que dé deben realizar se aplicó la fórmula finita la cual es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)(N)}{Z^2(PQ) + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0,50)(0,50)(124.069)}{1,96^2(0,50)(0,50) + (124.069)(0,05)^2}$$

$$n = 383$$

El número de la muestra obtenida es de 383, que representa el número de personas a las cuales se encuestó en el segmento de mercado específico.

1.3.1.4. Instrumento para recopilar información

Cuadro de necesidades

Objetivo específico 1

Realizar el estudio de mercado para obtener la demanda potencial insatisfecha

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es el mercado?	Secundaria	Libros	Fuente archivos biblioteca
Identificar el segmento de mercado objetivo	Secundaria	INEC	Base estadística
Realizar la dimensión conductual	Secundaria	Documental	Fuente archivos biblioteca
Obtener la dimensión geográfica	Secundaria	INEC	Base estadística
Identificar la dimensión demográfica	Secundaria	INEC	Base estadística
Investigar sobre la frecuencia de compra de los consumidores	Primaria	Consumidores	Encuestas

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Objetivo específico 2

Investigar la composición del producto con el fin de ofertar un producto de calidad

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es el producto?	Secundaria	Bibliográfica	Base de datos de la biblioteca
Identificar las características del producto	Secundaria	Bibliográfica	Encuesta
Investigar cuáles son los beneficios del producto	Secundaria	Bibliográfica	
Identificar la composición nutricional	Secundaria	Bibliográfica	Encuesta
Investigar el precio referencial	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Objetivo específico 3

Identificar los canales de comercialización para colocar el producto en el mercado

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es la comercialización?	Secundaria	Bibliográfica	Base de datos de la biblioteca
Conocer el lugar de compra de los compradores	Primaria	Consumidores	Encuesta
Identificar la frecuencia de compra	Primaria	Consumidores	Encuesta
Investigar sobre canales directos	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

1.3.1.4. Diseño y recolección de información

El instrumento de investigación para este emprendimiento sobre la elaboración y comercialización de premezcla para tortas a base de harina de plátano en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, se realizó considerando el segmento de mercado al cual va dirigido el producto, elaborándose este cuestionario con 10 preguntas, las mismas que se enfocaron a identificar las necesidades de los consumidores, el precio del producto, la frecuencia de compra y sobre la calidad del producto que prefieren en el mercado.

Desarrollo de instrumentos

Información secundaria

Necesidad 1

Para contestar esta necesidad se investigó en primer lugar sobre la definición del mercado, el mismo que es considerado como aquel lugar donde convergen los consumidores que buscan la satisfacción con los productos que encuentran y en este aspecto el resultado es el intercambio de los bienes (Munera & Rodríguez, 2020).

Investigar este concepto permitió analizar sobre el segmento de mercado, el mismo que se encuentra en una porción del mercado y al cual se va a llegar con el producto.

Las dimensiones propuestas sirven para conocer cuáles son las características del mercado objetivo al cual se quiere llegar, demostrándose que la dimensión demográfica contribuye a la comprensión de la distribución estadística de esta población y con ello se puede acceder a estos consumidores conociendo cuál es la relación con la compra en el mercado.

Necesidad 2

En referencia al producto se determinó que es necesario conocer la composición de la harina de plátano, sus nutrientes, minerales y vitaminas, para impulsar estos beneficios en la publicidad del producto. El precio referencial que los consumidores perciben para el producto es importante para posteriormente calcular los precios de venta y analizar con los costos de producción del producto.

Para determinar el precio de un producto se lo debe hacer por el punto de equilibrio que existe en medio de la oferta y demanda, también se lo puede hacer mediante interacción con el consumidor para así poder fijar un precio justo del producto (Sánchez, Enríquez, Domínguez, Molina, & Domingo, 2017).

En la necesidad 2 también es necesario que se conozcan los beneficios del producto, la premezcla de harina de banano, contiene vitaminas A B, C, E, las cuales son fuentes de energía, también controla el colesterol y mantiene los niveles de glucosa, ayudan al metabolismo y a la digestión, contiene fibra, potasio y magnesio (Urquiza, 2020).

Necesidad 3

En el aspecto de la comercialización el tipo de información que se utilizó es secundaria, para conocer a través de los criterios científicos cuál es la estructura del mercado, sus elementos y sus características, de este modo se podrá más adelante aplicar las estrategias para vender el producto de manera eficaz. Conocer el lugar de compra de los consumidores ayuda a conocer en donde se concentran los clientes y cuáles son sus necesidades con respecto al sitio de compra.

La frecuencia de compra es importante porque a través de esta variación de compra se podrá calcular el número de veces que el producto puede ser consumido lo cual aportará a los ingresos de la empresa. Los canales de comercialización directos implican que los costos serán bajos, porque no se utilizará intermediarios con lo cual la empresa obtendrá mayor rentabilidad.

La comercialización de un producto es muy importante por ello cada cierto tiempo se debe de implementar nuevos diseños y estrategias para que el producto llegue a nuevos posibles clientes, también se debe conocer donde se venderá el producto y las rutas de los compradores para que así el producto obtengas las ventas deseadas. (Luna & Güenaga, 2019).

1.3.1.5. Análisis e interpretación

Pregunta 1. ¿Consumen usted premezclas para tortas?

Tabla 6.
Identificar a los consumidores de premezclas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	344	90
No	39	10
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

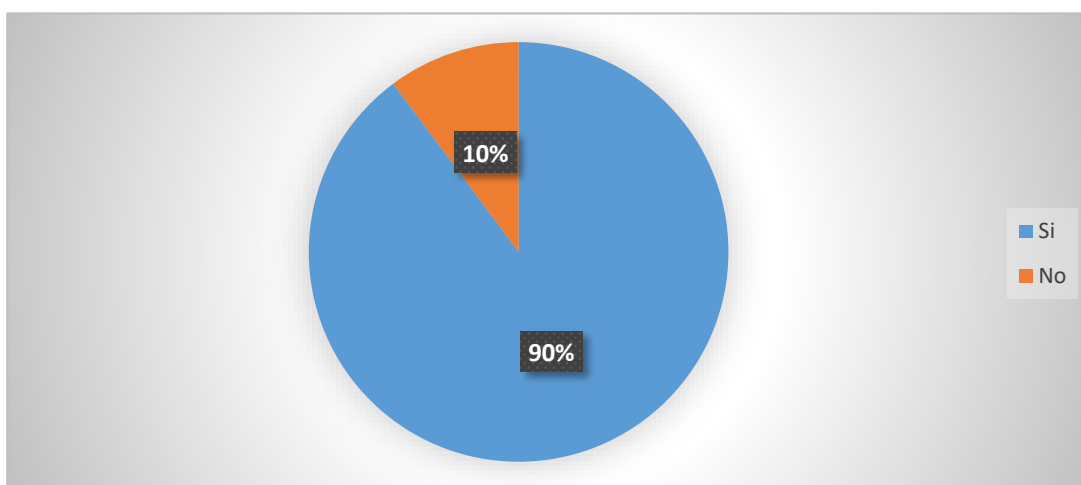


Gráfico 1. Respuestas de los consumidores de premezclas

Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

El resultado de la pregunta 1, respecto de que las personas encuestadas si consumen premezcla para tortas, el 90% de los encuestados contestaron positivamente, mientras que el 10% no consume premezclas para tortas. El consumidor tiene hábitos de consumo y ese dato es importante para la toma de decisiones.

Pregunta 2. Al momento de la compra ¿Cuál es el aspecto que le interesa del producto?

Tabla 7.
Características del producto.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Presentación del producto	80	21
Precio	120	31
Sabor	130	34
Facilidad de preparación	53	14
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

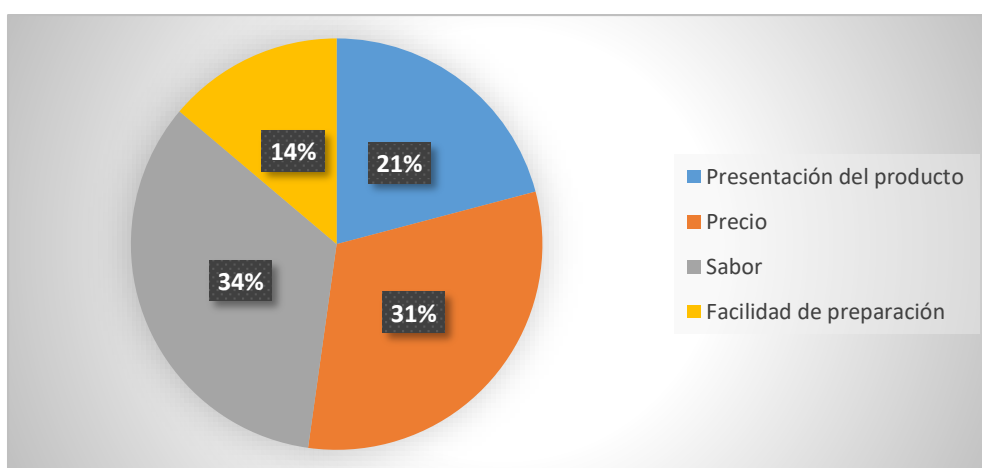


Gráfico 2. Conocimiento acerca de sus características
Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

De acuerdo con los encuestados, el 34% de los participantes les interesa más el sabor del producto, el 31% de ellos prefiere que el producto tenga un coste bajo, 21% de las personas prefieren la presentación del producto, por último, el 14% toma en cuenta la facilidad de preparación del producto.

En el producto, lo que más atrae a los consumidores es el sabor del producto, esta información es esencial al momento de la preparación del producto.

Pregunta 3. ¿Cuántas unidades compra de este producto al mes?

Tabla 8.

Unidades que consume al mes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 unidad	218	50
2 unidades	125	33
3 unidad	40	17
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

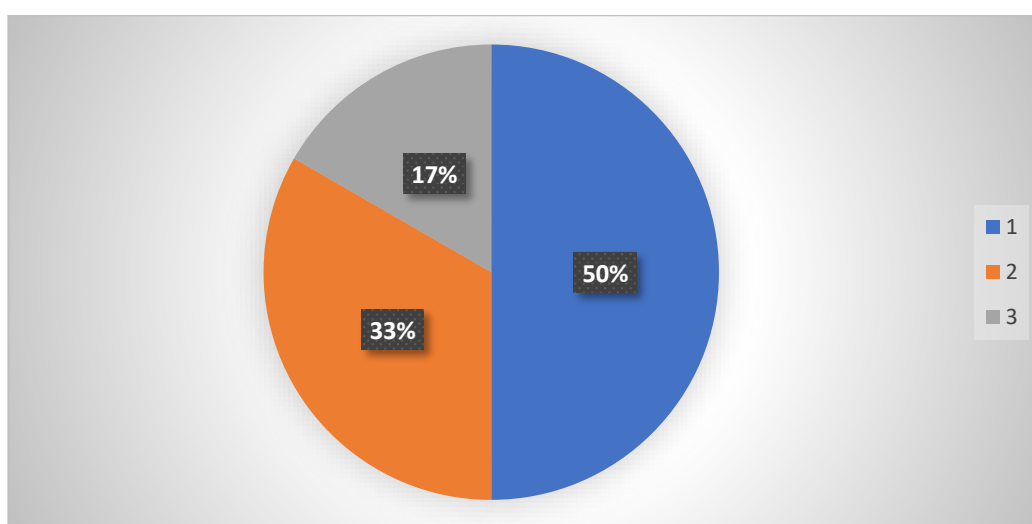


Gráfico 3. Cuántas premezclas consume al mes
Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

El resultado de la pregunta 3, es el siguiente: el 50% de los encuestados consumen 1 unidad al mes de premezcla, el 33% consume 2 unidades por mes y finalmente el 17% consumen 3 unidades al mes.

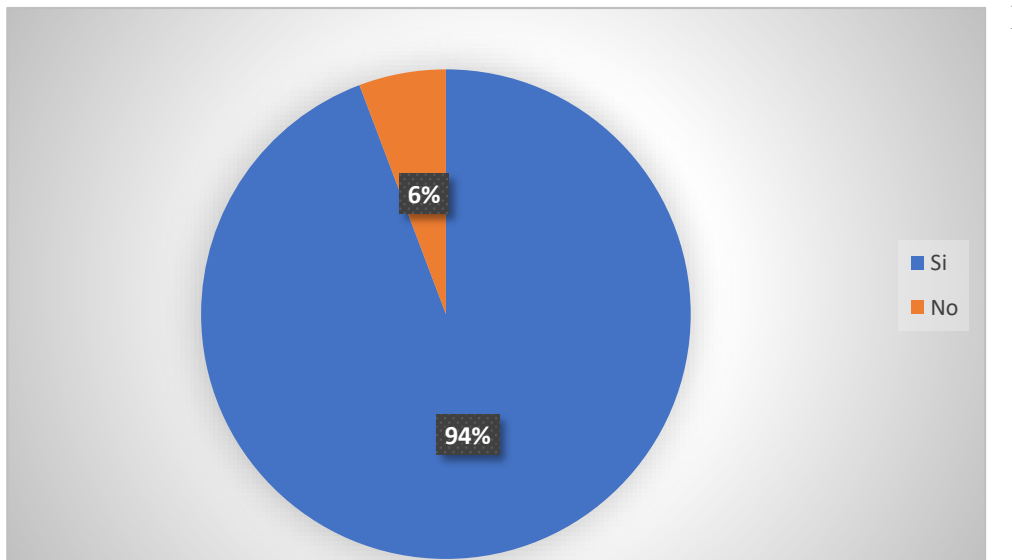
Los datos determinados con los porcentajes indican que el consumidor tiene preferencias en el consumo, esta información se podrá utilizar para el cálculo de la potencial oferta.

Pregunta 4. ¿Sería de su agrado que en el mercado se presente una premezcla de harina de plátano para tortas?

Tabla 9.
Interés por la premezcla de harina de plátano

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	361	94
No	22	6
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo



Elaborado por: Estela Romero
Gráfico 4. Acogida por la harina de plátano
Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

De acuerdo con el resultado, el 94% de los participantes están interesados por que exista la implementación de la premezcla de harina de plátano mientras que el 6% no lo están.

El sondeo de la preferencia de los consumidores es básico para que se conozca el mercado al cual se va a introducir el producto.

Pregunta 5. ¿Qué necesidad desea satisfacer con este producto?

Tabla 10.

Satisfacción del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Por conocer el nuevo producto	260	68
Por el precio	86	22
Por probar su sabor	37	10
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

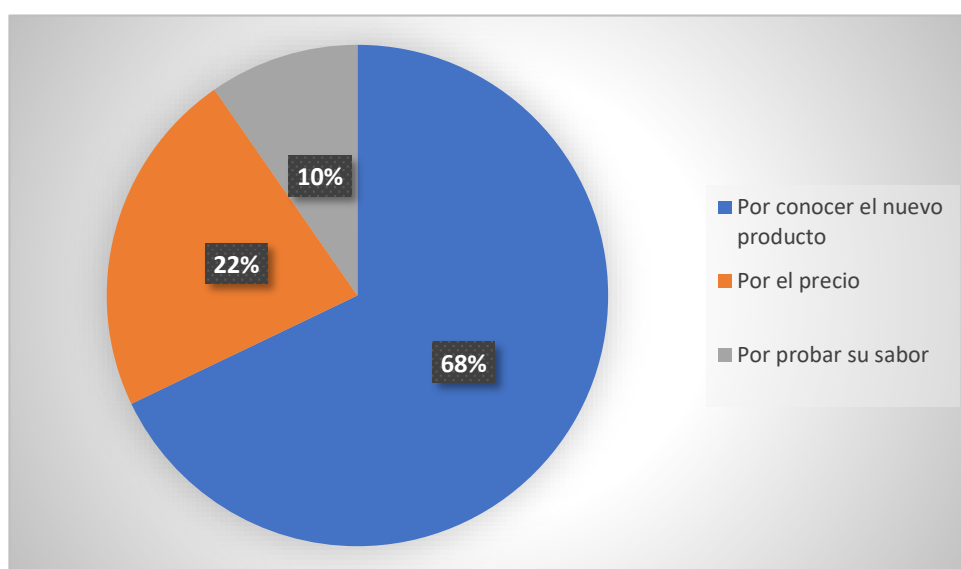


Gráfico 5. Conocer acerca de la satisfacción del producto

Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

Los encuestados han respondido con el 68% que desearían satisfacer la necesidad de un nuevo producto, el 22% cubrirían su necesidad con respecto al precio y el 10% estarían satisfechos con su sabor.

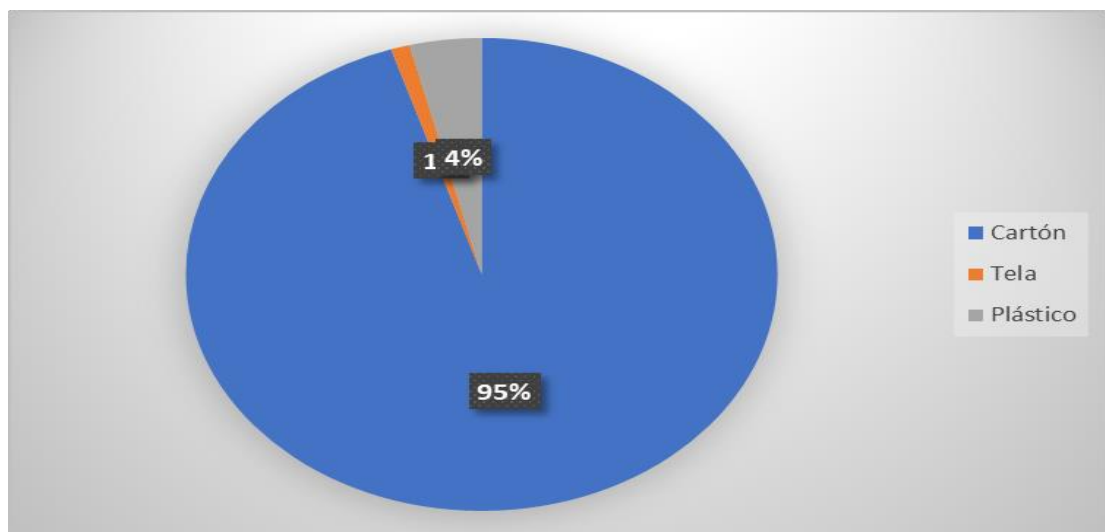
La mayoría de los encuestados contestaron que prefieren un nuevo producto ante la oferta de productos de la actualidad, el mercado de las harinas está manejado con harina de trigo como base para la preparación de pasteles, por lo que este producto tiene buena perspectiva.

Pregunta 6. ¿Le agradaría que el producto de la premezcla de harina de plátano sea de cartón?

Tabla 11.
Empaquetado del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Envase de cartón	364	95
Funda realizada con tela	4	1
Funda de plástico realizada en fábricas	15	3
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo



Elaborado por: Estela Romero
Gráfico 6. Preferencia por el tipo de empaquetado
Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

Los participantes han respondido en un 95% que si les agradaría que el producto tenga un empaque de cartón y el 1% en tela y el 4% en plástico.

En la actualidad es importante tener conciencia sobre el medio ambiente, por lo que el cartón se puede realizar con el reciclaje y se estará cumpliendo con la responsabilidad social de la empresa.

Pregunta 7. ¿Cuál considera que debe ser el peso o volumen de la premezcla?

Tabla 12.

Cantidad deseada del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
100 gramos	23	6
250 gramos	8	2
432 gramos	352	92
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

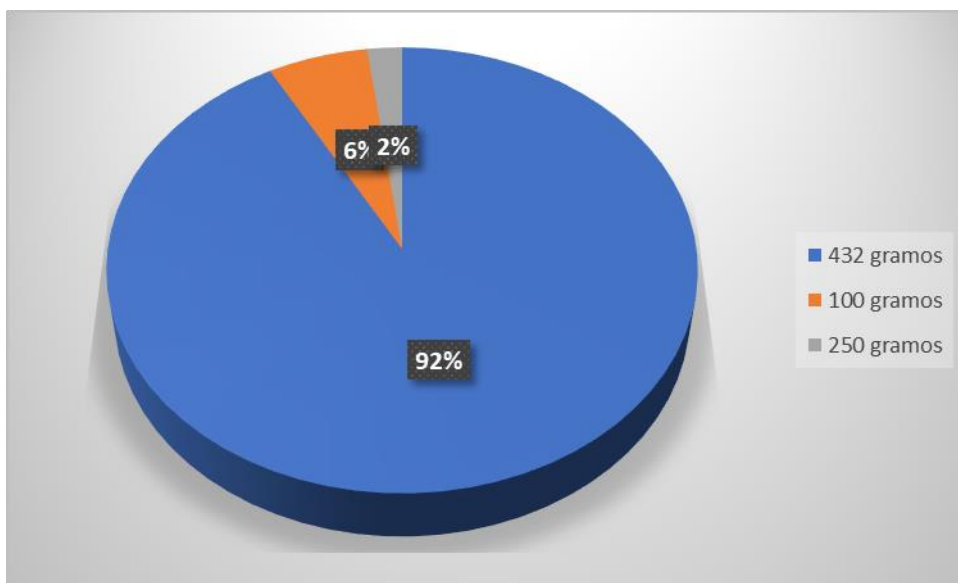


Gráfico 7. Preferencia por la cantidad de producto

Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

El 92% de las personas están conformes con que el producto tenga 432 gr mientras que el 2% prefieren que el peso sea de 250 gramos y el 6% prefieren de 100 gramos.

El tamaño del producto es clave para la producción del producto, puesto que el contenido está directamente relacionado con la compra de materia prima.

Pregunta 8. ¿Cuál cree que debería ser el precio del producto según su tamaño?

Tabla 13.

Precio del producto

Descripción	Precio	Frecuencia	Porcentaje
100 gramos	\$ 1,00	11	3
250 gramos	\$ 1,50	8	2
432 gramos	\$ 2,50	364	95
Total		383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

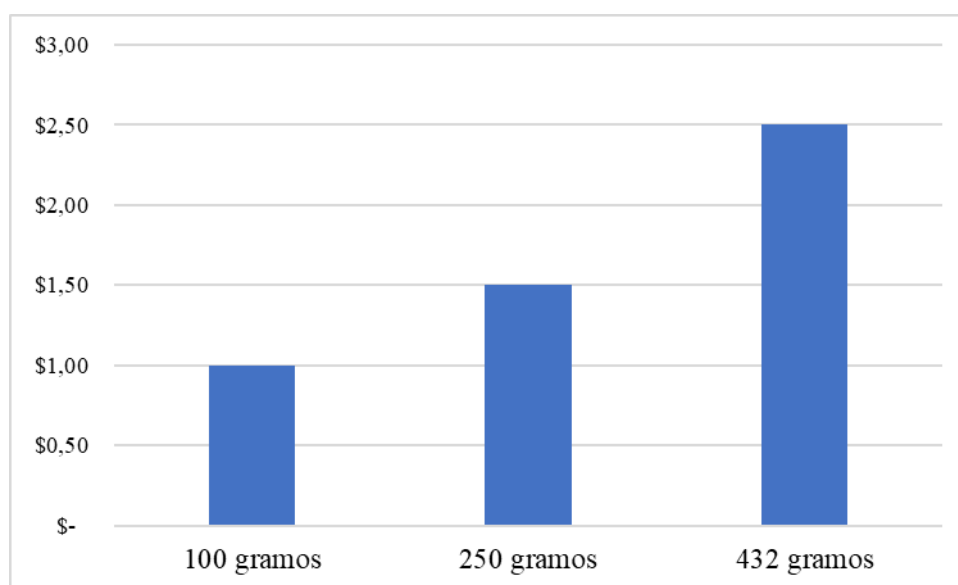


Gráfico 8. Mejor precio para el producto

Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

El 95% de las personas encuestadas están de acuerdo con que el precio del producto sea de 2,50, el 3% de las personas consideran que el precio del producto del tamaño de 100 gramos sea de \$1, mientras que para el tamaño de 250 gramos piensan que pueden pagar el valor de \$1,50.

Los precios en el mercado se encuentran en similares condiciones, especialmente por la variada oferta de harinas, la ventaja del producto está en que la premezcla es un producto innovado en su sabor por los ingredientes

Pregunta 9. ¿Cuáles son los beneficios de la premezcla de banano?

Tabla 14.

Beneficios de la premezcla de banano

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Es una mezcla nutritiva y saludable	234	61
Contribuye a la dieta equilibrada	53	14
Aporta energía a su organismo	23	6
Tiene un alto contenido de vitaminas	42	11
Su contenido es natural y le agrada su presentación	31	8
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

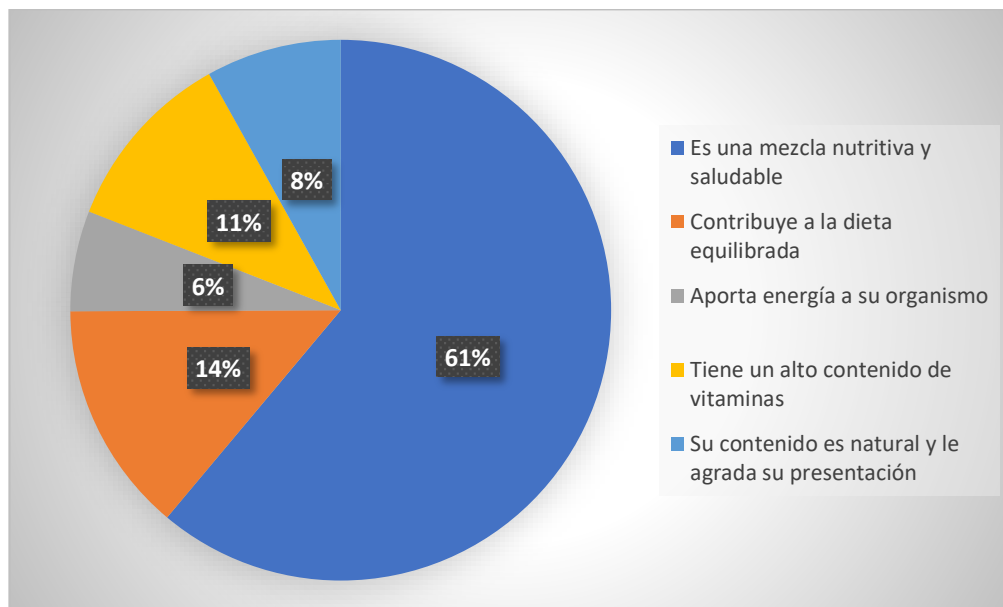


Gráfico 9. Beneficios del producto

Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

El resultado de la pregunta 9, es el siguiente: 61% de los encuestados les beneficia que sea una mezcla nutritiva y saludable, 14% de los participantes buscan que el producto contribuya a la dieta equilibrada, 11% de los individuos buscan que

el producto contenga vitaminas que sean buenas para su salud, 8% de los que respondieron buscan que el producto sea natural y que la presentación sea de su agrado y el 6% buscan que le aporte energía a su organismo.

La percepción de los consumidores sobre el producto está en su salud, es un punto favorable para el lanzamiento del producto.

Pregunta 10 ¿Cuál ha sido su consumo habitual de premezclas?

Tabla 15.

Consumo de premezclas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 unidad	360	94
2 unidades	0	0
3 unidades	0	0
No tiene hábito de comprar el producto	23	6
Total	383	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

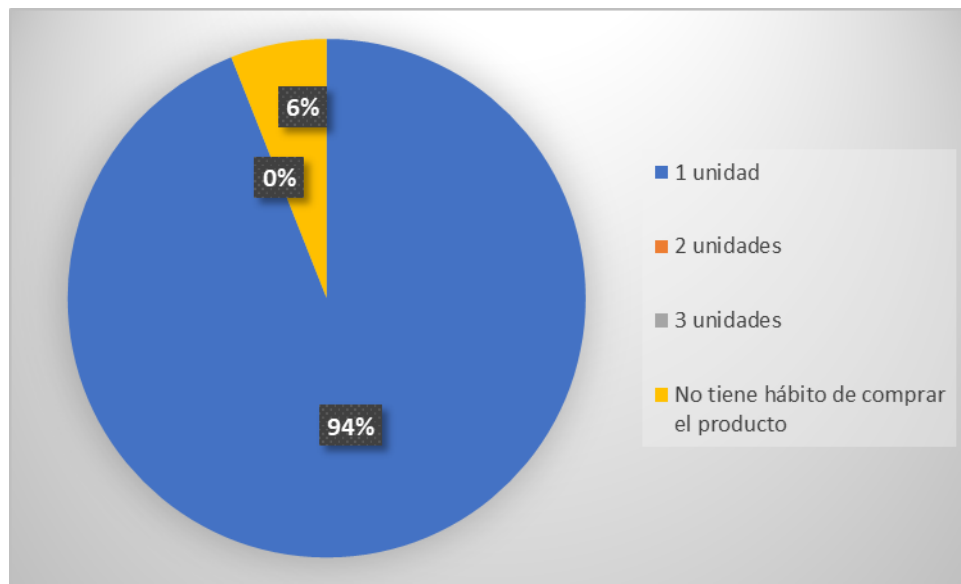


Gráfico 10. Resultado del consumo de premezclas
Elaborado por: Estela Romero

Análisis e interpretación

De acuerdo con el resultado de las encuestas el 94% de las personas respondieron que consumieron una premezcla de harina para tortas, mientras que el 6% indicaron que no tiene hábito de comprar este producto.

Los hábitos del consumidor en la ciudad de Ambato se encuentran orientados al uso de harinas para tortas, con lo cual hay posibilidad de producir el producto.

1.3.2. Demanda potencial

La demanda dentro de una empresa es muy importante debido a que se puede calcular el éxito o el fracaso de la misma, sin embargo, está atada al tipo de producto y a quien va dirigido, por ello es muy importante conocer la variable de la demanda para anticipar cualquier fracaso y realizar nuevas estrategias para obtener nuevos compradores (Fernández, 2018).

En el caso de este emprendimiento, se conoció el número total de personas que se encuentran en el segmento de mercado específico de 10 hasta los 60 años de edad, siendo este total de 124.069 personas hasta el año 2010 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010), se requiere a partir de este dato el número de personas para el año 2020, por lo que se procedió a aumentar estos datos con la tasa de crecimiento de la población.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos estableció que la tasa de crecimiento en la parroquia Ambato es de 0,95% considerando este promedio para los hombres y para las mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010). La tasa de crecimiento por lo tanto es la siguiente para el segmento de mercado estudiado.

Tabla 16.*Tasa de crecimiento de la población*

	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	Total
Año												
2010	14582	15418	15120	14226	13010	11269	10413	9833	8105	6773	5320	124069
2011	14721	15564	15264	14361	13134	11376	10512	9926	8182	6837	5371	125248
2012	14860	15712	15409	14498	13258	11484	10612	10021	8260	6902	5422	126438
2013	15002	15862	15555	14635	13384	11593	10713	10116	8338	6968	5473	127639
2014	15144	16012	15703	14774	13511	11703	10814	10212	8417	7034	5525	128851
2015	15288	16164	15852	14915	13640	11815	10917	10309	8497	7101	5578	130075
2016	15433	16318	16003	15056	13769	11927	11021	10407	8578	7168	5631	131311
2017	15580	16473	16155	15199	13900	12040	11126	10506	8660	7236	5684	132558
2018	15728	16629	16308	15344	14032	12154	11231	10606	8742	7305	5738	133818
2019	15877	16787	16463	15490	14166	12270	11338	10706	8825	7375	5793	135089

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Con la aplicación de la tasa de crecimiento de 0,95% se obtuvieron los resultados hasta el año 2019. La tendencia de la demanda es la siguiente.

Tabla 17.
Crecimiento de la población

Año	Número de personas de 10 hasta 60 años
2015	130075
2016	131311
2017	132558
2018	133818
2019	135089

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

La tasa de crecimiento permite visualizar las personas que se encuentran en el segmento de mercado específico y para conocer el número de productos que estas personas consumen se analizó con la pregunta 10 ¿Cuál ha sido su consumo habitual de premezclas? A esta pregunta el 94% respondió que al menos han comprado 1 unidad al mes, mientras que el resto de personas respondieron que no tienen el hábito de consumir este producto.

Tabla 18.
Cantidad de compra al año de premezclas

Años	Población de 10 a 60 años	94% han consumido 1 unidad mensual	Consumo de premezcla al año
2015	130075	122271	1467250
2016	131311	123432	1481188
2017	132558	124605	1495260
2018	133818	125789	1509465
2019	135089	126984	1523805

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Por lo tanto, se determinó la tendencia de la demanda.

Tabla 19.

Tendencia de la demanda

	X	Y	XY	X ²
2015	1	1467250	1467250	1
2016	2	1481188	2962377	4
2017	3	1495260	4485779	9
2018	4	1509465	6037859	16
2019	5	1523805	7619023	25
	15	7476967	22572288	55

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

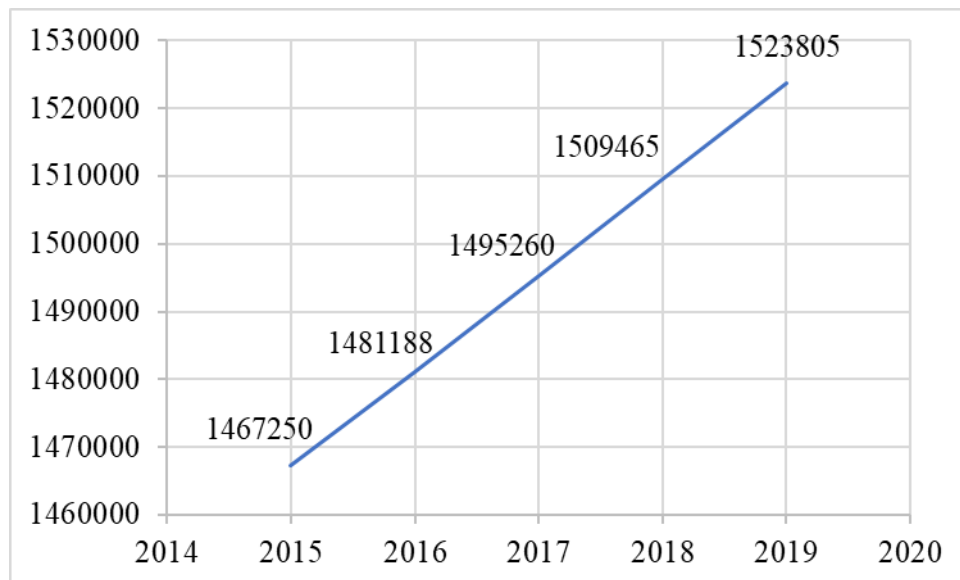


Gráfico 11. Tendencia de la demanda

Elaborado por: Estela Romero

Aplicando la fórmula de los mínimos cuadrados se obtiene la proyección de la demanda desde el año 2020 hasta el año 2024.

a) Cálculo del promedio de X

b) Cálculo del promedio de Y

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{15}{5}$$

$$\bar{Y} = \frac{7476967}{5}$$

$$\bar{X} = 3$$

$$\bar{Y} = 1495393$$

$$b = \frac{\sum XY - n\bar{X}\bar{Y}}{\sum X^2 - n(\bar{X})^2}$$

$$b = \frac{22572288 - (5)(3)(1495393)}{55 - 5(9)}$$

$$b = \frac{22572288 - 22430901,52}{55 - 45}$$

$$b = \frac{141386}{10}$$

$$b = 14138,63$$

$$a = \bar{Y} - bX$$

$$a = 149593 - 14138,63(3)$$

$$a = 1495393 - 42415,90$$

$$a = 1452978$$

Ecuación de la tendencia:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1452978 + (14138,63)(6)$$

$$Y = 1452978 + 84831,81$$

$$Y = 1537809$$

Proyección de la demanda mínimos cuadrados

Tabla 20.

Proyección de la demanda

Años	Proyección de la demanda
2020	1537809
2021	1551948
2022	1566087
2023	1580225
2024	1467126

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

1.4. ANALISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.4.1. Análisis del microambiente

El microambiente de la empresa es aquel que impide satisfacer las exigencias de los clientes, estas se encuentran dentro de la empresa, se pueden modificar o cambiar para así cumplir con las exigencias (Horn, 2018).

En el análisis del microambiente se describe a continuación las 5 fuerzas de Porter, estas fuerzas competitivas sirven para estudiar de que forma la empresa del emprendimiento puede influenciar en la competencia y la rentabilidad, en relación al entorno competitivo de la empresa.

1. La amenaza de nuevos entrantes (barreras de entrada)

Los directivos de la empresa del emprendimiento deben investigar cuáles son los factores que podrían servir para que la empresa enfrente a las nuevas empresas que quieran ofrecer similares marcas de premezcla de harina de plátano. Por lo tanto, las barreras de entrada deben ser altas para que se pueda impedir que los competidores ingresen al segmento de mercado, una de las formas para que los competidores se desalienten es que se utilice los beneficios de la economía de escala, es decir que se produzca altos volúmenes de productos para que el costo sea inferior en el mercado, con esta estrategia la competencia también tendrá que incrementar la producción en un periodo de tiempo, por lo que será ventajoso para la empresa de este emprendimiento puesto que su producto estará circulando en el mercado y tendrá la ventaja con la fidelización de sus clientes.

2. El poder de negociación de los clientes

En el sector de alimentos, en la industria de preparación de premezclas para tortas a base de harina de plátano, debido a que el producto tiene precios económicos y que en el mercado se encuentra varios productos sustitutos; la empresa de este emprendimiento se enfrenta a una alta sensibilidad al precio, por lo que para conservar al cliente debe generar valor. Este valor tendrá que relacionarse con la calidad del producto en el uso de la materia prima, de los insumos que se

utilicen y en la calidad del servicio tanto en los pedidos, en la atención, información o en la seguridad que el producto brinde para la salud del consumidor.

3. El poder de negociación de los proveedores

En el mercado se presenta el poder de negociación de los proveedores, cuando hay un número grande de empresas productoras de premezclas para tortas a base de harina de plátano, los proveedores tendrán el control debido a que tienen más probabilidades de venta. En este caso, el sector es pequeño, porque no existe un número grande de empresas productoras de premezcla para tortas a base de harina de plátano, por lo tanto, los proveedores no tendrán el poder de negociación.

4. La amenaza de productos y servicios sustitutos

Los productos sustitutos que se presentan en el mercado son variados, existen premezclas para tortas a base de harina de trigo, por lo tanto, la empresa del emprendimiento se enfrenta a la competencia con esos productos sustitutos, particularmente porque las marcas de estas premezclas son conocidas en el mercado, de las multinacionales Nestlé, Royal y Quaker.

La empresa deberá realizar promociones, descuentos o publicidad con ofertas en las mejores condiciones con el precio y la cantidad de los productos.

5. La intensidad de la rivalidad de los competidores de un sector

La rivalidad de las empresas competidoras no existe en la ciudad de Ambato, este tipo de producto no se produce en el mercado local por lo que la intensidad de la rivalidad de los competidores está anulada.

Solo la producción de harina de banano lo realizan empresas industriales ubicadas en Guayaquil o en la provincia de Los Ríos, que más bien es un insumo para conseguir esta materia prima de los proveedores a un menor costo.

1.4.2. Análisis del macro ambiente

El macro ambiente son los factores externos que afectan a la empresa, los cuales la condicionan de forma social, por ello conocer cómo influyen en la empresa es importante (Horn, 2018). En el análisis del macroentorno se consideran variables externas a la empresa, como son: entorno económico, social, político y tecnológico.

Matriz EFE

Tabla 21.

Matriz EFE

Factores para el éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
Oportunidades			
Incremento de nuevos clientes por el aumento de población	0,14	3	0,42
Incremento de la demanda hacia otros segmentos y edades	0,19	3	0,57
Existencia de mercados alternativos	0,1	2	0,2
Posibilidad de nuevas ventas por internet	0,11	3	0,33
Producto saludable	0,12	4	0,48
Personal disponible en la provincia de Tungurahua	0,12	2	0,24
Amenazas			
Nuevas formas de alimentación con productos sustitutos	0,08	3	0,24
Economía baja y desempleo	0,09	3	0,27
Personas alérgicas a la premezcla	0,01	2	0,02
Falta de ingresos por el Covid-19	0,04	2	0,08
Total	1		2,85

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En el análisis de la matriz EFE se determina que los factores para el éxito sobre las oportunidades (2,24) son superiores que las amenazas (0,61). Lo cual es importante para este emprendimiento en virtud de que se pueden aprovechar las oportunidades.

Tabla 22.

Matriz EFE mejorada

Factores para el éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
Oportunidades			
Incremento de nuevos clientes por el aumento de la población	0,14	3	0,42
Incremento de la demanda hacia otros segmentos y edades	0,19	4	0,76
Existencia de mercados alternativos	0,1	2	0,2
Posibilidad de nuevas ventas por internet	0,11	4	0,44
Producto saludable	0,12	4	0,48
Personal disponible en la provincia de Tungurahua	0,12	2	0,24
Amenazas			
Nuevas formas de alimentación con productos sustitutos	0,08	3	0,24
Economía baja y desempleo	0,09	3	0,27
Personas alérgicas a la premezcla	0,01	2	0,02
Falta de ingresos por el Covid-19	0,04	4	0,16
Total	1		3,23

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

La matriz EFE mejorada da un resultado de 3,23 se realizó un incremento de 4 puntos en el incremento de la demanda hacia otros segmentos y edades, además de aumentar en el mercado con clientes de menor edad. De la misma forma se realizó en las amenazas por el Covid-19, se aumentó a 4 puntos.

Matriz EFI

Tabla 23.
Matriz EFI

Factores para el éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Conocimiento de la preparación de la premezcla	0,09	4	0,36
Valor agregado del producto por la nutrición	0,2	2	0,4
Prácticas de producción sustentables	0,12	3	0,36
Incremento de la inversión con otro tipo de tecnología	0,07	3	0,21
Capital propio	0,11	3	0,33
	0,1	2	0,2
Debilidades			
Deficiente uso de herramientas de marketing para impulsar el producto como: impulso en la marca, desconocimiento de las redes sociales)	0,11	2	0,22
Atención al cliente sin procedimientos adecuados	0,1	2	0,2
Procedimientos de facturación demorado	0,05	2	0,1
Poca tecnología en los pedidos por época de Covid-19	0,05	2	0,1
Total	1		2,48

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la matriz EFI se obtuvo un peso ponderado de 2,48. El factor de las fortalezas tiene el mayor peso (1,86), mientras que las debilidades el valor es de 0,62. Significa que las fortalezas son mayores que las debilidades en este emprendimiento.

Matriz EFI mejorada

Tabla 24.

Matriz EFI mejorada

Factores para el éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Conocimiento de la preparación de la premezcla	0,09	4	0,36
Valor agregado del producto por la nutrición	0,2	2	0,4
Prácticas de producción sustentables	0,12	3	0,36
Incremento de la inversión con otro tipo de tecnología	0,07	3	0,21
Capital propio	0,11	3	0,33
	0,1	2	0,2
Debilidades			
Deficiente uso de herramientas de marketing para impulsar producto	0,11	3	0,33
Atención al cliente sin procedimientos adecuados	0,1	2	0,2
Procedimiento de facturación demorado	0,05	2	0,1
Poca tecnología en los pedidos por época de Covid-19	0,05	3	0,15
Total	1		2,64

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la matriz EFI mejorada se obtuvo una ponderación de 2,64. Se procedió a incrementar en las debilidades, en el deficiente uso de herramientas del marketing para impulsar el producto y en la tecnología que se debe usar en esta época de Covid-19. Las fortalezas son mayores (1,86) en relación a las debilidades (0,78).

Matriz MPC

Tabla 25.
Matriz MPC

Factores	Premezcla de harina de plátano			Productores pequeños de Premezcla de harina de trigo		
	Calificación	Ponderación		Calificación	Ponderación	
Envase para presentar el producto	2	0,26		2	0,14	
Atributos del producto en su composición	4	0,64		2	0,2	
Uso de aditivos en el producto	1	0,11		3	1,2	
Precios bajos del producto	2	0,28		3	0,39	
Información fácil de entender en el envase	4	0,6		3	0,45	
Ofertas en la empresa	2	0,22		3	0,39	
Fruta fresca para la preparación	5	1		1	0,02	
Total		3,11			2,79	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la matriz de los competidores se determina que uno de los factores de éxito de la empresa del emprendimiento está en los atributos del producto con la calidad (0,64), la información que se presenta en el envase es importante para obtener una ponderación alta.

1.4.3. Proyección de la oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios que ofrece una empresa a sus consumidores (McGraw Hill Editors, 2018).

Para la oferta se consideró los datos establecidos por el Banco Central del Ecuador para el año 2010 de la oferta de harina de plátano por parte de la industria, que es de 81.382 kilos, a partir de este año se toma en cuenta el porcentaje de crecimiento de la industria cuyos datos son los siguientes:

Tabla 26.

Datos de producción de harina de plátano

Años	Producción de harina de plátano
2010	81382
2011	98895
2012	82746
2013	89001
2014	91796
2015	93081
2016	99755
2017	97132
2018	87224
2019	95476

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010 al 2019)

Aplicando las fórmulas para la oferta se tiene:

a) Cálculo del promedio de X

b) Cálculo del promedio de Y

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{15}{5}$$

$$\bar{Y} = \frac{472667}{5}$$

$$\bar{X} = 3$$

$$\bar{Y} = 94533,469$$

$$b = \frac{\sum XY - n\bar{X}\bar{Y}}{\sum X^2 - n(\bar{X})^2}$$

$$b = \frac{1410260 - (5)(3)(94533,46925)}{55 - 5(9)}$$

$$b = \frac{1410260 - 1418002}{55 - 45}$$

$$b = \frac{-7742}{10}$$

$$b = -774,23$$

$$a = \bar{Y} - bX$$

$$a = 94533,469 - (-774,23)(3)$$

$$a = 94533,469 - (-2322,6845)$$

$$a = 96856,149$$

Ecuación de la proyección de la oferta

$$Y = a + bX$$

$$Y = 96856,149 + (-774,23)(6)$$

$$Y = 96856,149 + (-4645,3689)$$

$$Y = 92211$$

Proyección de la oferta

Tabla 27.

Proyección de la oferta

Años	Proyección de la oferta en kilos	Proyección oferta en gramos	Cantidad de productos de premezcla de 432 gramos
2020	92211	92210780	213451
2021	91437	91436552	211659
2022	90662	90662324	209866
2023	89888	89888096	208074
2024	89114	89113868	206282

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

1.4. Demanda potencial insatisfecha

Tabla 28.

Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI/año	DPI/día
2020	1537809	213451	1324358	3628
2021	1551948	211659	1340289	3672
2022	1566087	209866	1356220	3716
2023	1580225	208074	1372151	3759
2024	1467126	206282	1260844	3454

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la tabla de la demanda potencial insatisfecha se obtuvo las unidades que se pueden producir al año, es el resultado de la resta de la demanda con la oferta, se obtuvo una cantidad que representa a la producción total que se puede realizar en el emprendimiento; esta cantidad anual se dividió para obtener los volúmenes de producción por días.

1.5. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de comunicación)

Tabla 29.

Promoción y publicidad

Medios Publicitarios	Objetivo	Estrategia	Actividad	Presupuesto	Responsable
Internet	Producto Iniciar las comercializaciones de la premezcla de harina de plátano	Utilizar las redes sociales	Tener un control de quienes visiten la página Acordar un área en la prensa digital para que los consumidores se puedan informar directamente	\$200	Gerente
Prensa digital	Plaza Ejecutar publicidad del emprendimiento y del beneficio del producto	Ejecutar spots difusores	Planificar una exposición y desplegar información	\$400	Gerente
Relaciones Públicas	Promoción Conquistar potenciales consumidores	Promocionar de manera efectiva en exposiciones digitales y entregar información innovadora	Innovar en diseños atractivos para que los consumidores puedan adquirir los productos	\$300	Gerente
Banner	Desarrollar un mayor impacto para que se conozca el producto en la ciudad	Utilizar banners atrayentes y ubicarlos para lograr atención de los consumidores		\$450	Gerente
Total				\$1.350	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la promoción y publicidad se utilizará como estrategia de marketing las P. En el producto se enlazaré al internet para impulsar su lanzamiento con la internet y el uso de las redes sociales, con respecto a la plaza, el lugar adecuado apegado a la actual pandemia y en virtud de que las personas deben mantener el distanciamiento social, es mejor el uso de la prensa digital, de alguna manera esta herramienta permitirá que se abran nuevos canales en las ventas. Las promociones se efectuarán con la planificación de sesiones digitales para conseguir clientes nuevos. El precio será difundido con los banners, ubicados en sitios adecuados en la ciudad para que las personas se informen sobre la premezcla de harina de plátano.

Resumen de promoción y publicidad

Tabla 30.

Promoción

4 Ps del Marketing	Valor
Producto	\$200
Promoción	\$400
Precio	\$300
Plaza	\$450
Total	\$1.350

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Para realizar la promoción y publicidad de la premezcla para tortas a base de harina de plátano, se utilizará el siguiente logotipo.



Gráfico 12, Logotipo
Elaborado por: Estela Romero

Uso de colores

El uso de colores azul, verde y naranja en el logotipo tiene un significado importante dentro del plan de emprendimiento, debido a que el azul demuestra la filosofía y el conocimiento, se trata de impactar al cliente con un color que de tranquilidad. El verde implica la armonía del medio ambiente y el respeto a la salud de los consumidores, mientras que el amarillo representa el color del banano y significa optimismo que se quiere transmitir al consumidor.

Etiqueta



Gráfico 13.Etiqueta
Elaborado por: Estela Romero

El significado de los colores de la etiqueta es similar al del logotipo con el añadido del fondo cobre, puesto que su significado implica la relación directa con la naturaleza, por lo que se está influyendo en el pensamiento de un producto sano.

Envase



Gráfico 14. Envase
Elaborado por: Estela Romero

Los colores del envase contienen en la parte superior el color rojo que significa la vitalidad y la acción que el consumidor percibe al momento de la compra y del consumo del producto, el fondo del envase en color amarillo bajo significa la riqueza y el sabor del banano, hace referencia además al color de la fruta.

1.6. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de distribución)

El sistema de distribución se lo realizará de manera directa, por lo que el canal es desde el productor al cliente final, se ubicará la empresa en un lugar accesible, además de analizar la innovación tecnológica en brindar los servicios en la entrega y en la atención de los pedidos.

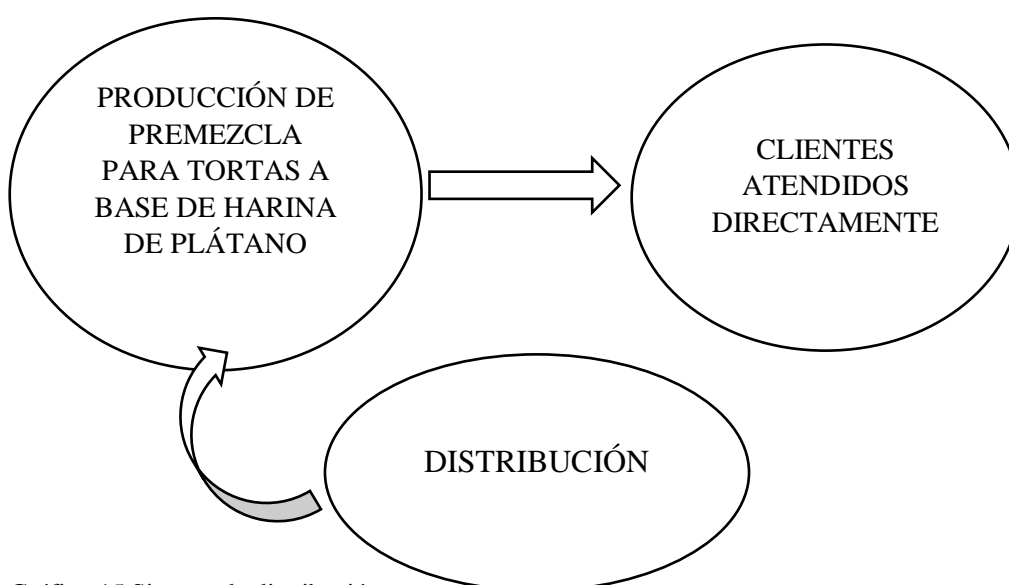


Gráfico 15. Sistema de distribución
Elaborado por: Estela Romero

Propuesta de valor

El modelo CANVAS es presenta la utilidad de aplicar esta estrategia para alcanzar decisiones sobre el lanzamiento del producto, para que la empresa cree valor, se considera los nueve bloques o aspectos que tienen relación entre sí y con la empresa: actividades clave, socios clave, recursos clave, segmentos de mercado o de clientes, canales de comunicación, relación con los clientes, producto o propuesta de valor, estructura de costos y fuente de ingresos (Economía y Empresa , 2017).

Propuesta de valor modelo CANVAS

Tabla 31.

Propuesta de valor modelo CANVAS

Socios estratégicos	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Clientes
Los pequeños productores de banano ubicados en la provincia de Los Ríos, Guayas y El Oro. Asociaciones de bananeros de las provincias donde se cultiva el banano.	Planificación de la producción en base a la demanda actual. Organización de la producción con métodos de calidad Información clara a los clientes del beneficio del producto	Propuesta de valor integra ofrecer un producto saludable y rico en vitaminas, minerales Producto procesado con normas de calidad y bioseguridad	Logística adecuada con medios digitales para un servicio rápido Relación directa con el consumidor sin intermediarios	Clientes con hábitos de consumo hacia productos naturales y que adquieran el producto como parte de la dieta diaria balanceada. Edades comprendidas entre 10 y 60 años de edad
	Recursos claves Fruta fresca ofertada en la costa Equipos para la producción Adquisición de materiales e insumos cerca de la planta de producción		Canal Canal directo-productor-consumidor Uso de internet con redes sociales: Facebook-instagram-whatsApp	
Estructura de costos Costos fijos pagos de salarios y costos variables costos de materia prima			Fujo de Ingreso Ventas comercialización directa Pagos por transferencia	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

1.7. Seguimiento de clientes

En el seguimiento a clientes se utilizará el modelo SERVQUAL, es una herramienta para medir la calidad en la satisfacción de los clientes, de este modo se podrá realizar la fidelización de los clientes mediante las dimensiones del servicio, esta contiene cinco aspectos: fiabilidad, seguridad, empatía, capacidad de respuesta y elementos tangibles.

Con respecto a la fiabilidad, la empresa de este emprendimiento se orientará a entregar el producto tal como lo ofrece con las características prometidas, con esta acción el cliente se fidelizará. En la seguridad se contempla el conocimiento de los empleados para atender al cliente y en la seguridad ofrecida con el producto en su preparación.

Con relación a la empatía el trato amable y la atención adecuada permitirá que el cliente regrese a la empresa, la capacidad de respuesta se relaciona al tiempo de atención, en la empresa se atenderá en las horas adecuadas para ello es necesario planificar los pedidos para que no se produzcan errores. Finalmente, los elementos tangibles son el envase del producto y el contenido de calidad de la premezcla instantánea para tortas con harina de plátano.

1.8. Especificar mercados alternativos

Este emprendimiento puede llegar a otros mercados, se iniciará en la ciudad de Ambato urbano, el producto alimenticio de las premezclas instantáneas para tortas con harina de plátano puede ser comercializado en el resto de ciudades, especialmente en las provincias cercanas a la provincia de Tungurahua, las ciudades que se encuentran en la zona del centro del Ecuador pueden convertirse en un mercado alternativo básicamente porque el número de habitantes amplía la posibilidad de incrementar la demanda a futuro.

Tabla 32.*Mercados alternativos*

Mercado alternativo en Ecuador		
Número de personas		
Ambato	Rural	164.671
	Urbano	165.185
	Total	329.856
Quito	Rural	631.457
	Urbano	1.607.734
	Total	2.239.191
Riobamba	Rural	79.417
	Urbano	146.324
	Total	225.741
Latacunga	Rural	106.647
	Urbano	63.842
	Total	170.489
Guaranda	Rural	68.003
	Urbano	23.874
	Total	91.877

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCION (OPERACIONES)

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Objetivo General

Investigar cuáles son los elementos que intervienen en la producción del producto.

Objetivos específicos

- Desarrollar el proceso de producción mediante el flujograma y el diagrama
- Describir las características de los equipos y la maquinaria para la producción
- Calcular la cantidad de la capacidad instalada para los años del proyecto

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

En las operaciones dentro de la empresa “Delibanano” se establecen las características de cada uno de los elementos que intervienen en la producción de la premezcla para tortas a base de harina de plátano, se determina que en los procesos se debe considerar los input, la transformación que se realiza con las personas, la planta, y los procedimientos para obtener el output es decir la salida (Martín & Díaz, 2018).

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio

Paso 1: Adquisición de la materia prima

Para conseguir la materia prima es decir el plátano, se lo va a comprar directamente de los productores de la costa que cuenten con certificados de calidad de la variedad que se cultiva, una vez realizado el contrato los productores traerán el plátano hasta el cantón de Ambato esto puede demorar unos 5 días.

Paso 2: Revisión de la calidad de la materia prima

Para estar seguros de la calidad de la materia prima, se verificará que no existan plagas o vengán en mal estado, este proceso durará aproximadamente 1 hora.

Paso 3: Lavado del plátano

El plátano se sumerge en agua para quitar cualquier impureza que exista, este proceso durará aproximadamente 30 minutos.

Paso 4: Corte de la cáscara

Posteriormente, se realizará el retiro de la cáscara del plátano, quedando la fruta totalmente pelada y lista para el siguiente proceso, este paso durará 1 hora.

Paso 5: Corte del plátano

Una vez que la fruta se encuentre limpia se trasladará a la máquina de corte. Se cortará el plátano en finas rodajas con ayuda de maquinaria la cual dura 600kg/h es decir el proceso toma 1 hora.

Paso 6: Deshidratado

Después de cortar el plátano, se procederá a deshidratarlo con la ayuda de una máquina la cual hace que este proceso se simplifique por su capacidad, el tiempo de deshidratado es 2 horas.

Paso 7: Triturado

Posteriormente, se procede a triturar el plátano para obtener la harina, con la maquinaria indicada, el tiempo de duración del triturado es de aproximadamente 1 hora por 160kg.

Paso 8: Mezcla de ingredientes

Se procederá a mezclar con los demás ingredientes, la maquinaria hará esta mezcla de manera uniforme en 1 hora.



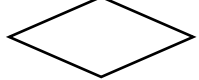

Paso 9: Envasado

Finalmente se procede a envasar el producto, con una maquinaria la cual empaca 50 u/min, lo que durará 1.50 horas.

El proceso de producción de la premezcla para tortas a base de harina de plátano, se puede visualizar de mejor forma a través de un flujograma de producción, para ello se identifica la siguiente simbología:

Tabla 33.

Simbología del flujograma

Símbolo	Significado
	Inicio y fin de un proceso
	Operación
	Decisión
	Sentido de la información

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Flujograma del proceso de producción de premezcla para tortas de harina de plátano

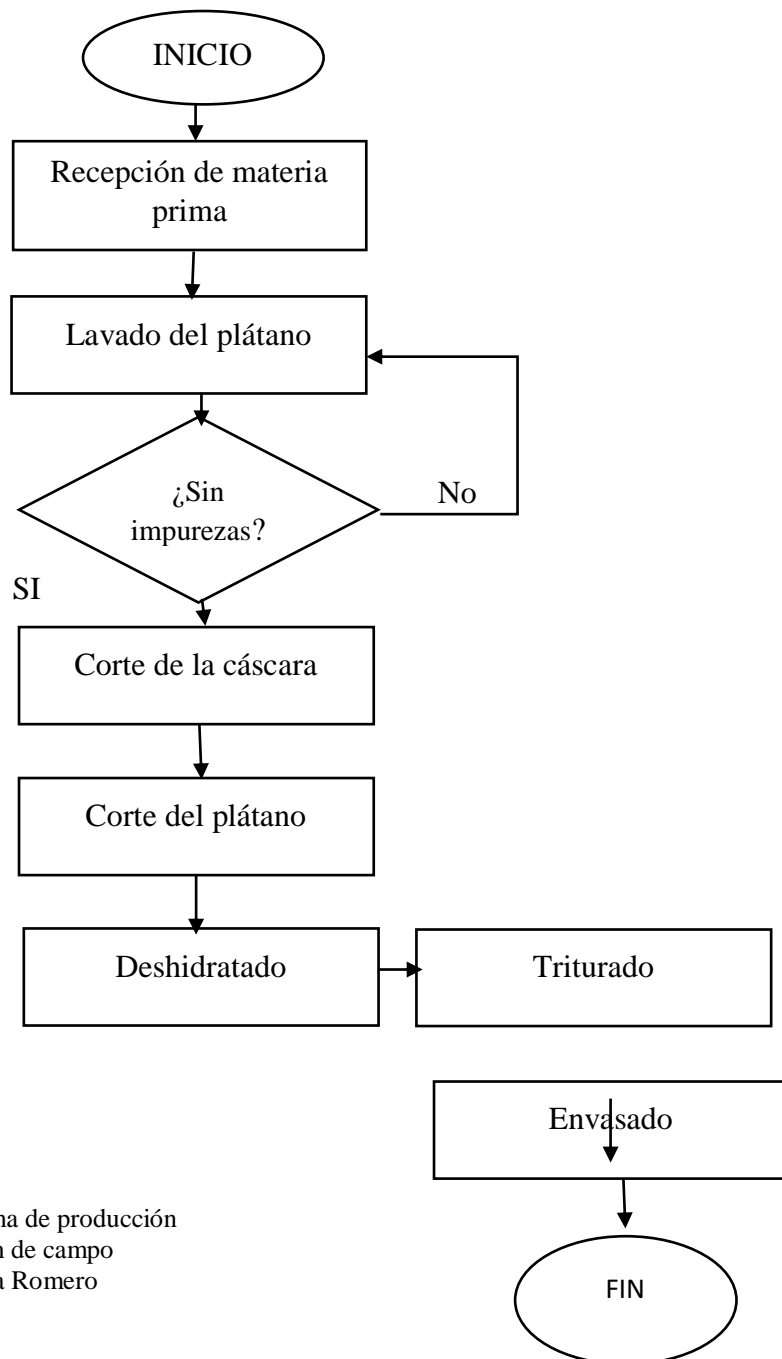


Gráfico 16. Flujograma de producción
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Estela Romero

Mapa de proceso

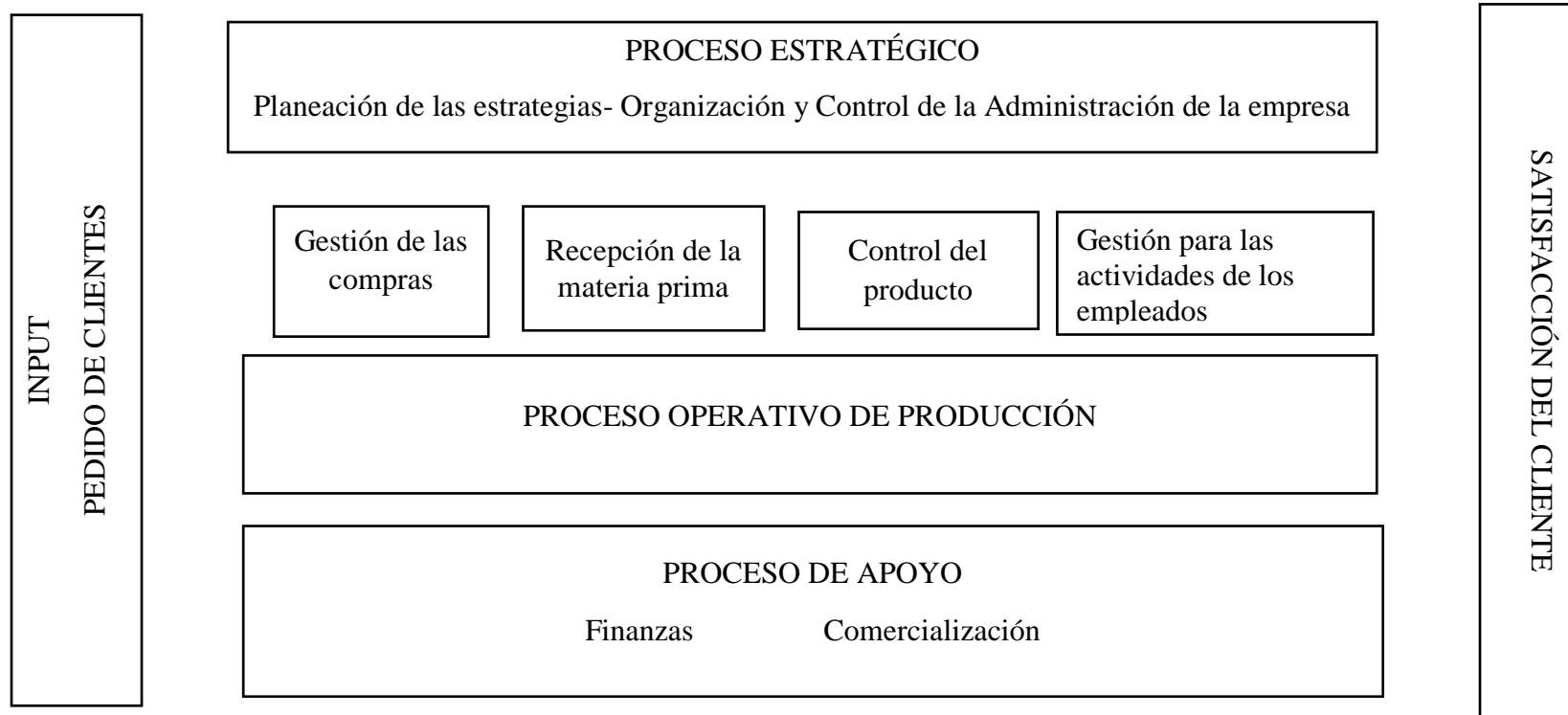


Gráfico 17. Mapa de procesos
Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Diagrama de proceso de elaboración de harina de plátano (con tiempo actual)

Diagrama de Procesos	Empresa: "Delibanano"		Tiempo Actual: 5 días 9.50 horas 110 minutos			
CONECTORES	Tiempo (hora/minutos/día)	Operación	Inspección	Demora	Transporte	Almacenaje
RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	5 días-2 horas-20 minutos	○				
LAVADO DEL PLÁTANO		○				
Lavado de la fruta	30 minutos	○				
CORTE DE LA CÁSCARA		○				
Corte de la cáscara de la fruta	1 hora	○				
CORTE DEL PLÁTANO		○				
Corte de la fruta	1 hora	○				
DESHIDRATADO		○				
Deshidratado	2 horas	○				
TRITURADO		○				
Triturado	1 hora	○				
Mezcla con los otros ingredientes	1 hora	○				
ENVASADO		○				
Embalaje	1.50 horas	○				
Almacenaje de las cajas de premezcla a la bodega	1 hora					○
Total		9	1	0	2	1

Gráfico 18. Diagrama de proceso actual
Elaborado por: Estela Romero

Diagrama de proceso de elaboración de harina de plátano (con tiempo mejorado)

Diagrama de Procesos	Empresa: "Delibanano" Tiempo Actual: 3 días 5 horas 230 minutos					
Conectores	Tiempo (hora/minutos/día)	Operación	Inspección	Demora	Transporte	Almacenaje
RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	3 días-1 hora-20 minutos	○				
LAVADO DEL PLÁTANO						
Lavado de la fruta	30 minutos	○				
CORTE DE LA CÁSCARA						
Corte de la cáscara de la fruta	40 minutos	○				
CORTE DEL PLÁTANO						
Corte de la fruta	40 minutos	○				
DESHIDRATADO						
Deshidratado	2 horas	○				
TRITURADO						
Triturado	1 hora	○				
Mezcla con los otros ingredientes	1 hora	○				
ENVASADO						
Embalaje	1 hora	○				
Almacenaje de las cajas de premezcla a la bodega	30 minutos					○
Total		9	1	0	2	1

Gráfico 19. Diagrama de proceso mejorado

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Instalaciones

Para el análisis de la ubicación de las instalaciones de la planta se consideró los factores determinantes para la localización de conformidad con la proximidad a los mercados, al transporte público, a los servicios públicos, clima y mano de obra (Flórez, 2015).

Tabla 34.

Factores determinantes para la localización

Factores determinantes para la localización	Atahualpa		Santa Rosa		
	Peso de cada factor	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Proximidad del mercado	0,18	5	0,9	4	0,72
Disponibilidad para adquirir el plátano verde	0,02	2	0,04	2	0,04
Medios de transporte	0,1	4	0,4	3	0,3
Servicios públicos	0,2	6	1,2	6	1,2
Clima	0,3	6	1,8	5	1,5
Mano de obra para la producción y administrativa	0,2	7	1,4	5	1
Total	1		5,74		4,76

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la tabla de la localización se determinó seis factores preponderantes, cada uno de ellos tiene relación con la necesidad que tiene la empresa “Delibanano” para realizar la producción, se observó que la disponibilidad para adquirir el plátano verde se encuentra con el peso más bajo, debido a que la fruta no se encuentra en la ciudad de Ambato, ya que se debe comprarla de la costa, en este caso se deberá considerar los costos del transporte de la fruta desde las haciendas bananeras. Se consideró que el lugar más propicio para localizar la planta de producción es en Atahualpa, porque se obtuvo el valor ponderado más alto 5,74 ya que se tiene todas las condiciones para la instalación de las maquinarias y para conseguir los recursos necesarios para la producción.

Distribución de la planta de producción

Tabla 35.

Distribución de la planta “Delibanano”

Descripción	Metros cuadrados	Escala
Departamento de Producción	35	1:100
Departamento de Comercialización	15	1:100
Bodega	20	1:100
Departamento Administrativo-Gerencia	30	1:100
Baño	3	1:100
Pasillo	24	1:100
Garage para descargar la fruta	100	1:100
Piscina para lavar la fruta en el patio	10	1:100
Total	237 m²	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

11.28

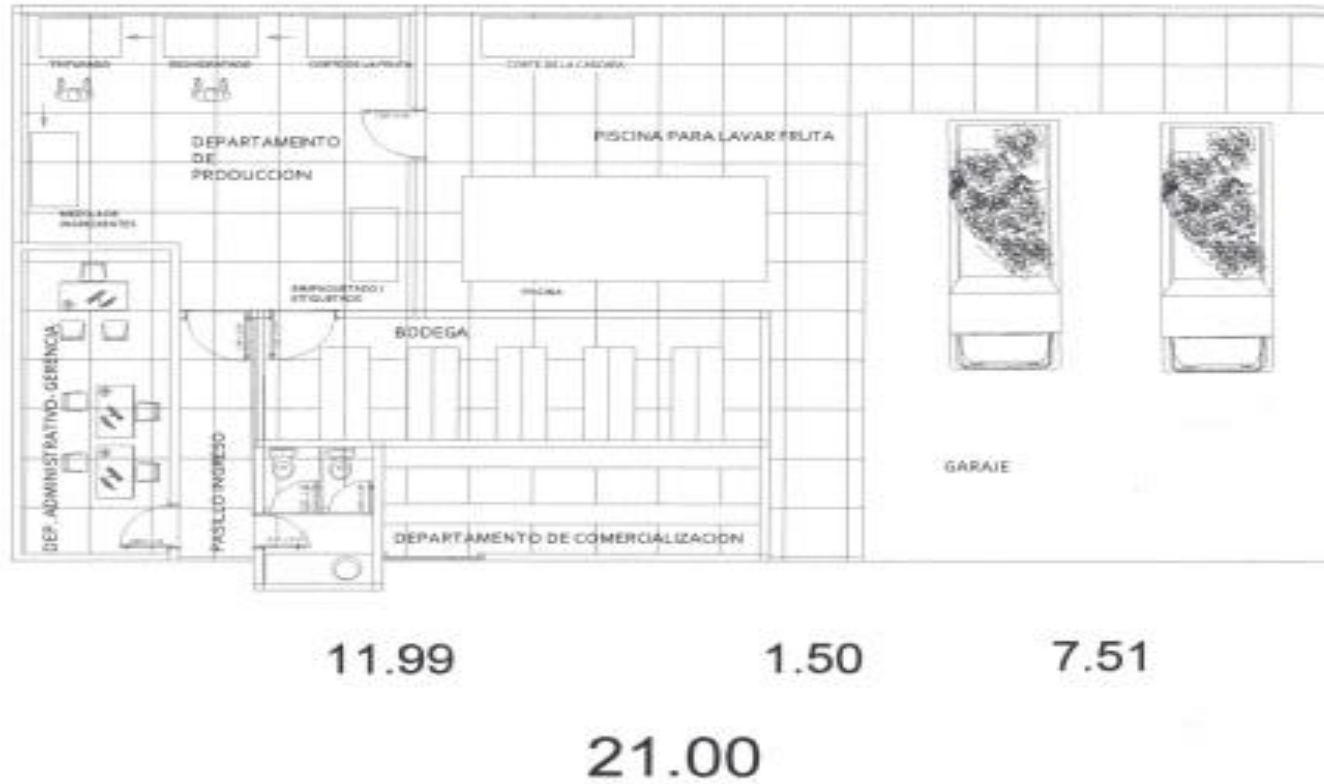


Gráfico 20. Distribución de la planta (Escala 1:100)
Elaborado por: Estela Romero

La distribución de la planta se divide en tres departamentos y el total es de 237m².

Equipos

Tabla 36.

Equipos

Actividad	Equipo	Velocidad nominal	Costo
Rebanar plátano verde	Máquina de cortar banano	600 Kg/hora	\$ 1.500,00
Deshidratar banano verde	Máquina deshidratadora de banano	2-4 horas (96 bandejas)	\$ 5.700,00
Molido de banano seco	Máquina trituradora y mezcladora	160/800 Kg por hora	\$ 4.200,00
Envasado de la harina de banano	Máquina de embalaje	50 unidades/min	\$ 4.900,00
Total			\$16.300,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Los equipos que se necesitan para este emprendimiento están relacionados con el plan de producción y operaciones, en total se necesita invertir \$ 16.300 dólares en los equipos de producción para obtener la premezcla de tortas a base de harina de plátano.

Personas

Se requiere el siguiente personal para que realice funciones en la empresa “Delibanano”.

Tabla 37.
Personas

Actividad	Tiempo	Número de personas	Horas-Hombre
Lavado, corte de la cáscara del verde y triturado	4 horas en cada actividad	1	8horas/hombre
Revisión de la limpieza de impurezas y mezclado de ingredientes para la premezcla	3 horas y 4 horas de supervisión	1	8horas/hombre
Obtención de los costos, pagos e impuestos	8 horas trabajo	1	8horas/hombre
Planificación de la demanda y organización de los procesos en la empresa "Delibanano"	8 horas	1	8horas/hombre
Planificación de las ventas externas y atención de las ventas internas	8 horas	1	8horas/hombre
Total		5	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

El número total de personas que se necesita para la empresa “Delibanano” es de 5 personas, las mismas que cumplirán con los requerimientos de sus cargos.

2.2.3. Tecnología a aplicar

La tecnología en la producción de la premezcla para tortas a base de harina de plátano se refiere a la maquinaria, este tipo de equipos están fabricados con acero inoxidable por lo que tendrán durabilidad y garantizarán la preservación de la calidad del producto. Los equipos del corte de banano verde son modernos y tienen una capacidad de rebanar de 600 kg por hora, por lo que su capacidad es alta, en vista de aquello se podrá aumentar la producción para los años siguientes.

De igual forma la máquina deshidratadora de banano, tiene una estructura fuerte y su distribución es adecuada para el manejo de la deshidratación, puesto que contiene 96 bandejas y una capacidad de deshidratar el banano de 2 a 4 horas en su máxima capacidad.

En relación, a la tecnología del servicio en los pedidos y para planificar la entrega se utilizará equipos de computación con internet para mejorar el servicio y permanecer en contacto con los clientes.

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

En el detalle de los factores que afectan al plan de operaciones está el ritmo de producción, el inventario promedio y el número de trabajadores, como se describe a continuación.

2.3.1. Ritmo de producción

Tabla 33.
Ritmo de producción

ACTIVIDAD	No. DE PERSONAS	TIEMPO		RITMO DE TRABAJO
		TIEMPO PROMEDIO	NORMAL	
Lavado de la fruta, cortado de cáscara del banano, colocación en los equipos para la trituración	1	8 horas/480 minutos	7 horas/420 minutos	1,53
Revisión de las impurezas de la fruta, mezcla de los ingredientes y control sobre el producto final	1	8 horas/480 minutos	7 horas/420 minutos	1,53

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Análisis:

El tiempo normal de trabajo es 7 horas porque se descuenta una hora del almuerzo diariamente, esto da como resultado 420 minutos.

La producción diaria para este emprendimiento es de 274 unidades. Con estos datos se obtuvo el ritmo de producción.

Ritmo de producción = Tiempo normal / Producción diaria

Ritmo de producción = 1,53 minutos

2.3.2. Nivel de inventario promedio

El inventario promedio es la cantidad media o la mitad del pedido o es también el resultado de la suma del inventario inicial y el inventario final dividido para dos (Morell, Betancourt, & Acosta, 2018).

En el caso de la empresa “Delibanano” el inventario promedio es igual a 6023 unidades mensuales de producción a un costo y gasto que se determinará en el estudio financiero, por lo que se aproximará a un valor de \$ 0,90, dando un total de \$ 5.420,99.

2.3.3. Número de trabajadores

El número de trabajadores que se requiere para la empresa “Delibanano” es de 5 personas que trabajarán de forma fija con todos los requerimientos de ley.

Tabla 38.
Número de trabajadores

Función	Tiempo	Número de personas	Puesto
Lavado, corte de la cáscara del verde y triturado	8 horas/día	1	Obrero de producción de preparación de la premezcla. Fijo
Revisión de la limpieza de impurezas y mezclado de ingredientes para la premezcla	8 horas/día	1	Jefe de control de calidad de la premezcla para tortas. Fijo
Obtención de los costos, pagos e impuestos	8 horas/día	1	Contador. Fijo
Planificación de la demanda y organización de los procesos en la empresa "Delibanano"	8 horas/día	1	Gerente. Fijo
Planificación de las ventas externas y atención de las ventas internas	8 horas/día	1	Vendedor. Fijo
Total		5	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.4.1. Capacidad de producción futura

La capacidad de producción futura se obtuvo en base a la demanda potencial insatisfecha, en el caso de este emprendimiento, se toma el 3% de la totalidad de esta demanda, debido a la posibilidad económica de poder cubrir con este porcentaje de niveles de producción.

Tabla 39.
Capacidad de producción futura

Año	DPI	Capacidad de producción 5%		
		Anual	Mensual	Diario
2020	1324358	66218	5518	251
2021	1340289	67014	5585	254
2022	1356220	67811	5651	257
2023	1372151	68608	5717	260
2024	1260844	63042	5254	239

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

El 5% de la demanda potencial insatisfecha para el primer año es de 66.218 unidades, la cantidad mensual de producción para el primer año es de 5.518 unidades y la cantidad diaria es de 251 unidades de premezcla para torta a base de harina de plátano.

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Banano

El banano tiene un alto contenido nutricional, contiene hidratos de carbono digestibles (20 gr), vitamina A (400 mg), vitamina C (10 mg), agua (75 gr), grasa bruta (0,3 gr), fibra (0,3 gr) y se encuentra en el país especialmente en las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro, este producto cumple con los requerimientos fitosanitarios y especificaciones de forma técnica; su cultivo se lo desarrolla de forma permanente en estas provincias, su rendimiento en la producción por hectárea es de 25,02 Tm (Gonzabay, 2017), por este motivo para este emprendimiento esta materia prima se encuentra de forma constante y no tiene otro producto sustituto, puesto que la producción en el país es abundante, debido a la presencia de Asociaciones de pequeños productores en las tres provincias de la costa.

Azúcar moreno

Uno de las principales fuentes de energía para el ser humano y su cuerpo son los azúcares, el azúcar moreno tiene una composición con 97,3% de pureza, además de ayudar al cuerpo con energía aporta 346 mg/100 de potasio, 85 mg/100 gr de calcio, 2 mg/100 de hierro, niacina 0,09 mg/100gr, tiamina y riboflavina 0,09 mg/100gr; el azúcar proporciona un sabor agradable y dulce (Gil, 2010).

Las características del azúcar moreno, es apropiado para la premezcla de torta a base de harina de plátano, ya que le proporcionará un sabor agradable al producto. Esta materia prima si se podrá sustituir con el azúcar blanco o la panela que se encuentra en el mercado local de la ciudad de Ambato.

Polvo de hornear

Esta materia prima está compuesta de bicarbonato de sodio y crémor tártaro, esta mezcla obtenida ya preparada se comprará en el mercado local de Ambato; tiene una función y es producir dióxido de carbono que hace que el pastel suba o se aumente de volumen, encontrándose al término de la cocción esponjado (Garritz & Chamizo, 2001). Este producto no tiene sustituto por lo que se comprará donde los proveedores locales.

Sal

La sal es el cloruro de sodio, de color blanco y uno de sus beneficios en su uso es la preservación de los alimentos, el curado o la fermentación (Valencia, 2020), por este beneficio y siendo un producto natural se utilizará para la premezcla a base de harina de plátano. Esta materia prima no tiene sustituto, para el proyecto de emprendimiento se encuentra la sal en los comercios locales, donde se la adquirirá.

2.6. CALIDAD

2.6.1. Método de control de calidad

Para desarrollar el efectivamente el método de control de calidad se utilizará el círculo Deming que por sus siglas en ingles es PDCA, en el cual existen 4 etapas

para mejorar la calidad del producto (Center for Chemical Process Safet, 2020), los cuales son:

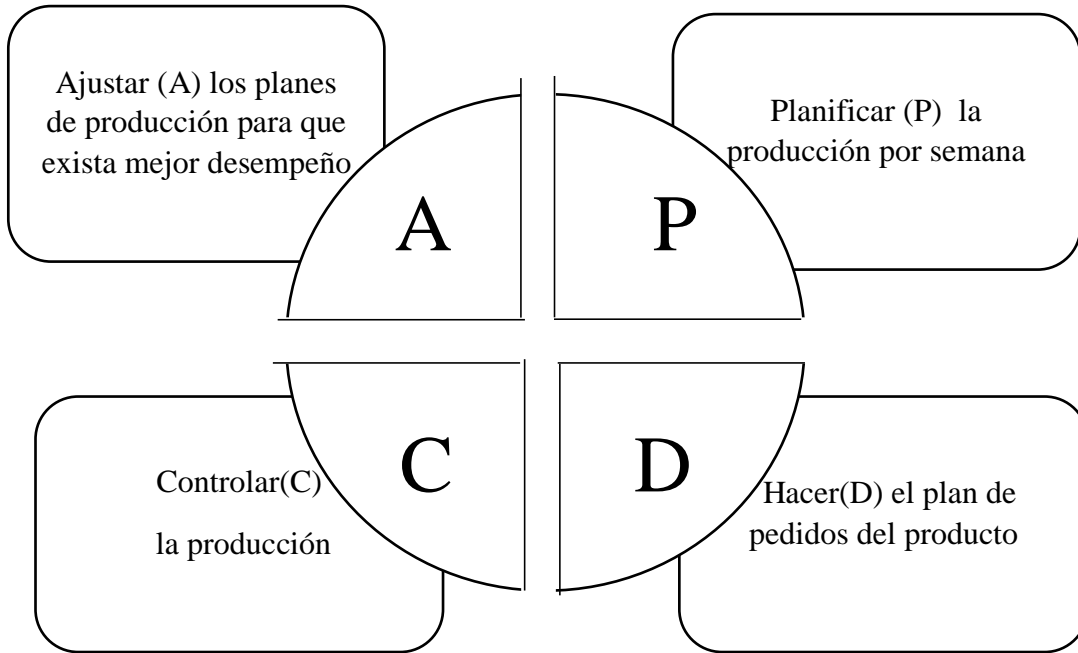


Gráfico 21. Circulo Deming PDCA
Fuente: (Center for Chemical Process Safet, 2020)
Elaborado por: Estela Romero

Explicación de la aplicación

En el Plan (P), se planifica la producción cada semana, para controlar esta actividad se puede utilizar las hojas de control en la producción, la misma que deberá ser llenada por la persona que se encarga de la supervisión de la calidad de la premezcla. En la siguiente etapa que es Hacer (D) el plan de producción se relaciona con los pedidos y para ello se debe llevar un registro de los clientes y el volumen de producción.

Posteriormente, en la etapa de Control (C), el supervisor de calidad realiza puntualmente inspecciones en la preparación de la premezcla y finalmente el círculo Deming en la etapa siguiente permite mejorar los planes mediante la replanificación o rediseño de esas actividades, bien puede hacerse con el aumento en el número de unidades de la producción o redistribuyendo las funciones para que los procesos sean más rápidos.

Método de lista de verificación

Tabla 41.

Lista de verificación

Lista de verificación para el control de calidad en la preparación de la premezcla			
Parámetros de control			
Materia prima sin impurezas	Materia prima trasladada a tiempo para la mezcla	Proceso de mezcla en el tiempo correspondiente	
		Medidas de evaluación de la calidad	
Cumple satisfactoriamente Puntos: 8-9-10	Cumple medianamente Puntos: 5-6-7	No cumple Puntos: menos de 5	Observaciones
Materia prima sin impurezas se tomó una muestra del producto durante una semana, llegando a la media de 9 por lo que cumple satisfactoriamente	Materia prima trasladada a tiempo para la mezcla, se tomó una muestra durante una semana y se llegó a un promedio de 7, por lo que cumple medianamente	Ningún proceso tiene este puntaje	En los procesos que cumplen medianamente, el Gerente tomará las medidas pertinentes para simplificar el tiempo de traslado de la materia prima al sitio de mezcla.
Proceso de mezcla en el tiempo correspondiente. Se tomó una muestra en el tiempo de una semana llegando a la media de 9, por lo que cumple satisfactoriamente.			

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

En relación a la seguridad e higiene ocupacional, en la empresa “Delibanano” se respetará el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores, que se encuentra vigente en el país, especialmente en lo que se dispone respecto a la prevención de riesgos para la salud de los trabajadores, a las instalaciones de la empresa que deben estar siempre en buen estado para evitar accidentes laborales, en el cumplimiento de las revisiones médicas para sus empleados, lo cual garantiza una mejor productividad laboral internamente y además sobre las capacitaciones (Ministerio de Trabajo Decreto Ejecutivo 2393) que la empresa “Delibanano” debe cumplir como parte de sus objetivos estratégicos.

En la actualidad se está enfrentando un problema de salud a nivel global, con la pandemia del Covid-19 se debe tener mayor cuidado en la salud de los trabajadores y de las relaciones que se mantengan con los clientes, para lo cual en la empresa “Delibanano” cumplirá con políticas de cuidado de forma individual y también para el cuidado colectivo, como se detalla a continuación.

Seguridad e Higiene ocupacional por el COVID-19



Gráfico 22. Equipos de bioseguridad
Fuente: Investigación de campo (imágenes de Google)
Elaborado por. Estela Romero

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Objetivo General

Investigar cuales son las áreas de organización y gestión con el fin de desarrollar los procesos de manera eficiente.

Objetivo Específicos

- Determinar la misión y la visión de la empresa “Delibanano” para tener una dirección clara
- Identificar las funciones de los empleados para la empresa “Delibanano”
- Desarrollar los indicadores de gestión para la empresa “Delibabano”

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Visión de la empresa

La visión de una empresa refleja el entusiasmo que se tiene para llegar a cumplir el objetivo propuesto, añadiendo como se logrará llegar hasta a su objetivo. La visión de la empresa es mantenernos en el mercado ofreciendo al cliente un producto de calidad que logre satisfacer las necesidades de todos los compradores. (Wickman & Bouwer, 2018).

Para desarrollar la visión de la empresa “Delibano” se procedió a contestar las siguientes preguntas:

Determinar el horizonte en el tiempo para “Delibanano”

Al 2025

¿Cuál es el perfil futuro que se quiere alcanzar para la empresa?

Productos de calidad

¿Cuáles son nuestros deseos como empresa?

Precios competitivos

Sitio geográfico

Ecuador

Hacia donde se quiere llegar empresarialmente

Al mercado nacional

Hacia que mercado se dirige la empresa

Consumidores de productos alimenticios saludables

Visión de la empresa

“Delibanano en el 2025 se proyecta como una empresa que oferta productos de calidad con precios competitivos, posicionándose al mercado nacional de consumidores que les agrada los productos alimenticios saludables.”

3.2.2. Misión de la empresa

La característica de la misión es la parte principal en la gestión de la empresa, se realizó la misión contestando las siguientes preguntas:

1. ¿Quiénes somos? Identidad de la empresa

Delibanano

2. ¿Qué buscamos? Es el propósito

Crear una premezcla para tortas a base de harina de plátano

3. ¿Por qué lo hacemos? Valores y principios

Con calidad nutricional

4. **¿Para quienes trabajamos?**

Para los consumidores de la ciudad de Ambato

Luego de contestar estas preguntas la misión de la empresa es: “Nuestra misión es que los clientes se encuentren satisfechos con una premezcla de calidad nutricional y que beneficie a su salud.”

Mapa estratégico

Objetivo 1: Aumentar el capital con recursos de terceros en un 2% para beneficio de la empresa. Estrategia 1: a) Beneficio de conseguir ofertas de crédito en el mercado. b) Que los socios aporten más capital.

Objetivo 2: Captar el 5% de los clientes en el mercado local para aumentar ventas. Estrategia 2: a) Decisión para capacitar a vendedores. b) Visitas a zonas nuevas.

Objetivo 3: Implementar un programa integral 100% con recursos propios para impulsar la marca "Delibanano" al inicio del tercer año. Estrategia 3: a) Trabajar en la prensa digital para difundir la marca. b) Publicidad con logotipo.

Objetivo 4: Incrementar la comercialización en un 5% con canales directos para beneficio del negocio. Estrategia 4: a) Beneficios del uso de cuestionarios para medir la satisfacción al cliente. b) Plan para fidelizar a clientes.

Objetivo 5: Lograr el crecimiento económico en 5% para la empresa incrementando la rentabilidad. Estrategia 5: a) Control de los ingresos y gastos. b) Supervisiones constantes de los materiales y equipos.

3.2.3. Objetivos y estrategias

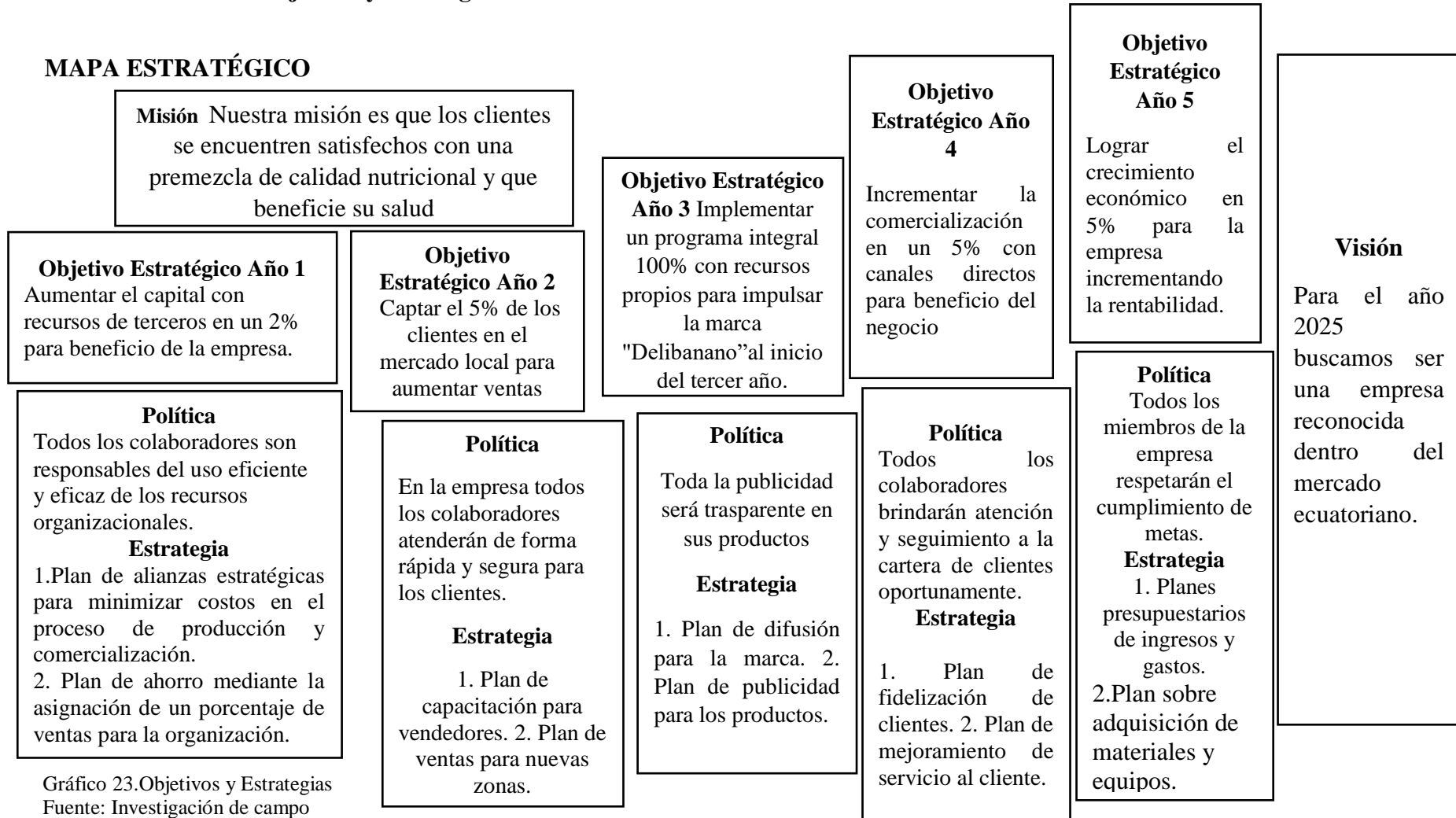
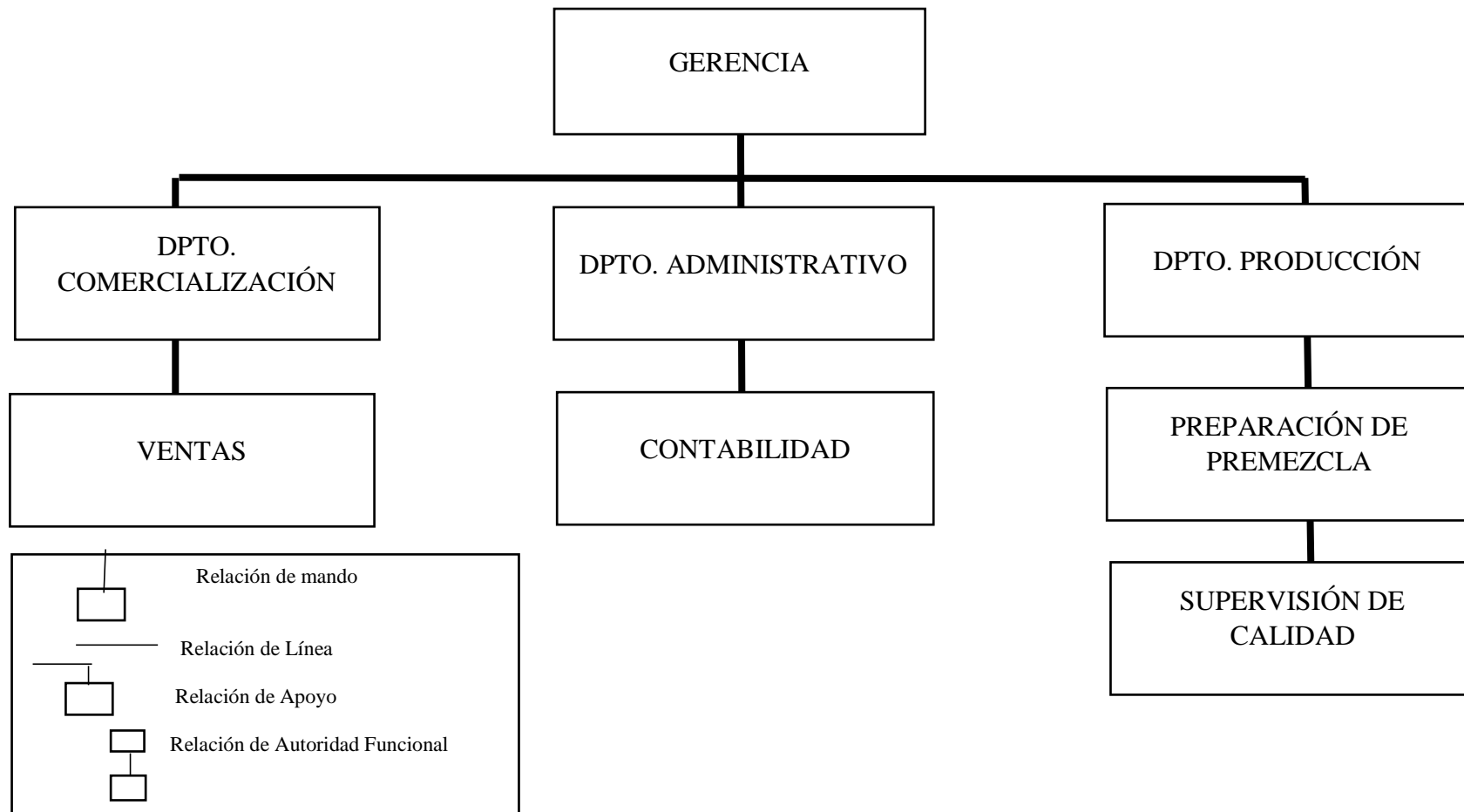


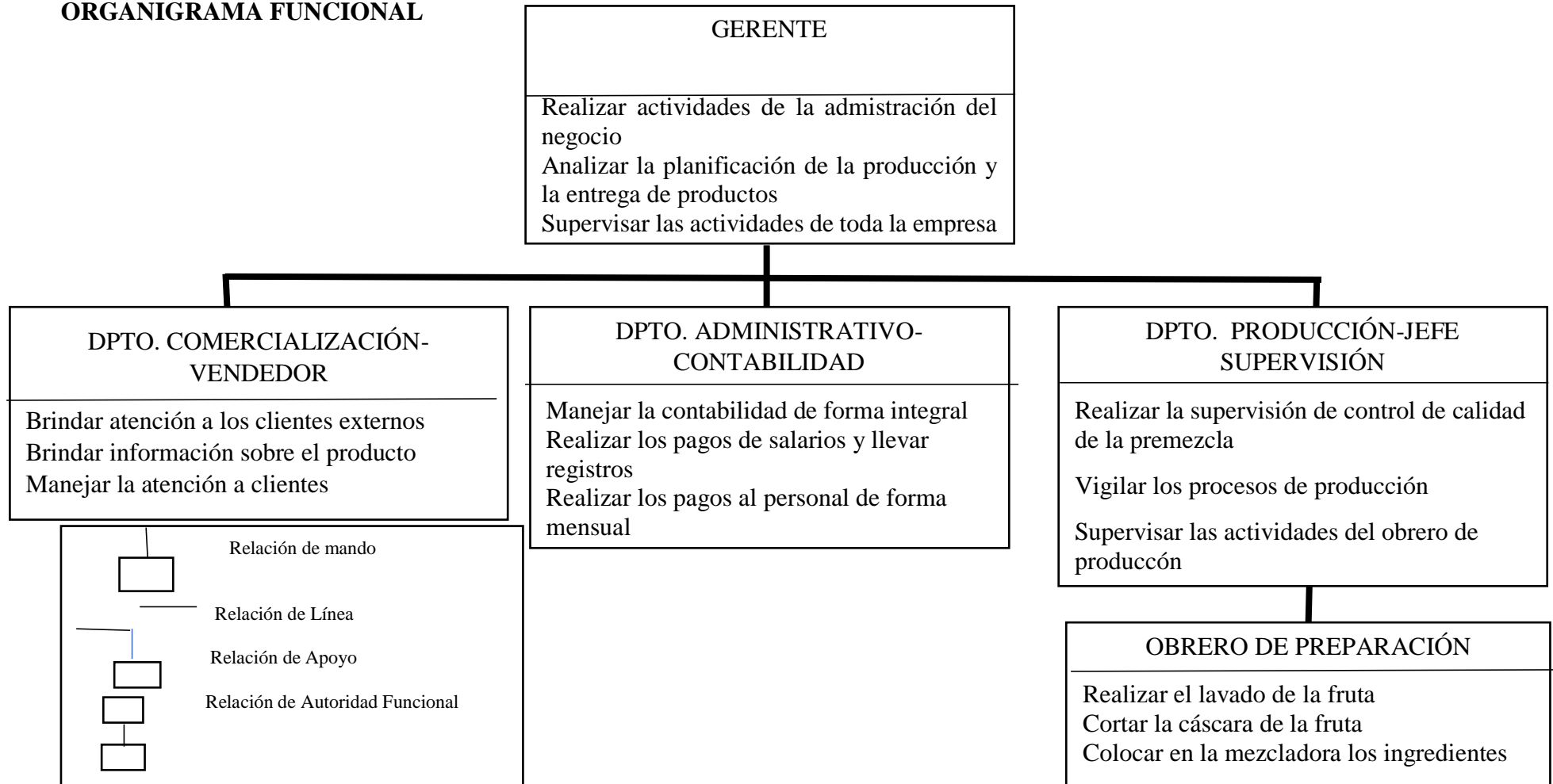
Gráfico 23. Objetivos y Estrategias
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por. Estela Romero

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1. Organización interna



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



3.3.2. Descripción de puestos

Tabla 40.

Descripción de puestos: Gerente

I INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Gerente
<i>Jefe inmediato superior</i>	Ninguno
<i>Supervisa a</i>	Contador Supervisor de calidad de la premezcla Vendedor Obrero de preparación de la premezcla

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Se encarga de planificar, controlar y administrar todas las actividades de la empresa "Delibanano"

III FUNCIONES

Planificar las actividades semanalmente

Organizar la producción de forma recurrente

Controlar las operaciones de toda la empresa

Vigilar el cumplimiento de las políticas de ventas

IV REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Ing. Empresas o Ing. En Finanzas
<i>Experiencia</i>	2 años en dirección de empresas o emprendimientos
<i>Habilidades</i>	Capacidad de comunicación, empatía y don de mando
<i>Formación</i>	Superior

Tabla 41.*Descripción de puestos: Contador***I INFORMACIÓN BÁSICA:**

<i>Puesto</i>	Contador
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa a</i>	Obrero de preparación de la premezcla Vendedor

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Se encarga de llevar la contabilidad, ingresos, egresos de dinero de la empresa "Delibanano"

III FUNCIONES

Planificar las actividades diarias

Realizar pagos de sueldos al personal

Controlar las operaciones de la llegada de la fruta

Supervisar los pagos a los proveedores de la fruta

Pagar los impuestos a la fecha señalada

Llevar control de los pedidos entregados por el vendedor

Supervisar las operaciones contables de forma mensual

IV REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Ing. En Contabilidad o Auditoría o Ing. CPA 2 años en dirección de empresas o emprendimientos
<i>Experiencia</i>	emprendimientos
<i>Habilidades</i>	Capacidad de concentración, proactividad
<i>Formación</i>	Superior

Tabla 42.

Descripción de puestos: Vendedor

I INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Vendedor
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente Contadora
<i>Supervisa a</i>	Ninguno

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Se encarga de las ventas directas y la atención a los clientes de la empresa "Delibanano"

III FUNCIONES

Llevar un registro de los clientes por pedidos realizados

Efectuar visitas si los clientes lo requieren

Coordinar la entrega de los pedidos con el Contador para la facturación

Supervisar las órdenes de venta que se relacionen con las facturas

Entregar las facturas a los clientes

Informar al Gerente sobre las novedades en las visitas

Registrar las inquietudes de los clientes y comunicar al Gerente

IV REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Ingeniero (a) en Marketing y Gestión de Negocios
<i>Experiencia</i>	2 años en ventas de productos de consumo masivo
<i>Habilidades</i>	Empatía, cordialidad, proactividad
<i>Formación</i>	Superior

Tabla 43.

Descripción de puestos: Supervisor de calidad de la premezcla

I INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Supervisor de calidad de la premezcla
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa a</i>	Obrero de producción de la premezcla

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Se encarga de la preparación de las cantidades de la premezcla y de la supervisión del control de calidad del producto de la empresa "Delibanano"

III FUNCIONES

Controlar la calidad de la fruta que llega a la empresa

Supervisar que el proceso de lavado de la fruta sea el correcto

Vigilar que la fruta previa al lavado esté limpia de impurezas

Vigilar que la fruta sea separada de la cáscara en su totalidad

Entregar los reportes de producción a Gerencia

Coordinar los pedidos del producto con la Gerencia

Registrar las novedades del departamento de producción y comunicar al Gerente

IV REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Ingeniero (a) de Alimentos o
<i>Experiencia</i>	2 años en el desempeño en actividades similares
<i>Habilidades</i>	Proactividad, liderazgo, concentración
<i>Formación</i>	Superior

Tabla 44.*Descripción de puestos: Obrero de la premezcla***I INFORMACIÓN BÁSICA:**

<i>Puesto</i>	Obrero de producción de la premezcla
<i>Jefe inmediato superior</i>	Supervisor de la calidad de la premezcla
<i>Supervisa a</i>	Ninguno

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Se encarga de realizar las actividades del proceso de producción: lavado, cortado, traslado de la fruta al sector de producción y ayuda a la mezcla del producto

III FUNCIONES

Realizar el lavado de la fruta
 Realiza el traslado de la fruta a la bodega cuando llega en el transporte a la empresa
 Cortar la cáscara del banano
 Colocar la fruta sin cáscara en los recipientes para trasladar a producción
 Colocar la fruta cortada en el deshidratador
 Comunicar de las novedades encontradas diariamente al Supervisor
 Cumplir con los trabajos asignados por el Supervisor en el área de producción

IV REQUISITOS MÍNIMOS DEL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Tecnólogo o Bachiller en Ciencias
<i>Experiencia</i>	1 año en el desempeño en actividades similares
<i>Habilidades</i>	Comunicación, trabajo en equipo y empatía
<i>Formación</i>	Bachillerato

3.4. CONTROL DE GESTIÓN**3.4.1. Indicadores de gestión****Tabla 45.***Indicadores de gestión*

Indicador	Descripción	Fórmula
Satisfacción de clientes	Clientes satisfechos	Total clientes/ clientes atendidos
Atención al cliente	Organizar y planificar visitas	Total de visitas/número de visitas realizadas
Ventas efectuadas	Ventas planificadas	Total de ventas/ventas realizadas
Pedidos	Eficacia para las entregas de pedidos	Total entrega de pedidos/ número de pedidos realizados
Volumen de producción	Tamaño de producción realizada durante el día	Total de producción planificada/producción obtenida

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por. Estela Romero

3.5. NESIDADES DE PERSONAL

En este proyecto de emprendimiento se encuentran detallados los 5 colaboradores como son: Gerente, Contador, Vendedor, Supervisor de calidad y el Obrero de preparación de la premezcla. En el área de producción consta de 2 colaboradores como son: el Obrero de producción y el Jefe de control de calidad de la pre mezcla, además el área comercial está el vendedor externo es el que se encarga de las ventas de los productos de manera eficiente. El Gerente y Contador están ubicados en el área administrativa, por tanto son funciones ejecutivas que contribuye a la administración de la empresa “Delibanano” y en tomar decisiones correctas para que la empresa sea competitiva.

CAPÍTULO IV

4. AREA JURIDICO LEGAL

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Objetivo General

Determinar las distintas obligaciones legales para obtener los permisos de funcionamiento de la empresa “Delibanano” en la ciudad de Ambato

Objetivos específicos

- Establecer el tipo de empresa que se va a legalizar
- Determinar los permisos de funcionamiento para la producción y la comercialización del negocio

4.2. Determinación de la forma jurídica

La República del Ecuador, establece a través de distintas normativas legales, la posibilidad de emprender en distintas modalidades que se ajusten a las necesidades de los ecuatorianos. La Asamblea Nacional promulgó la Constitución que en su Artículo 33, señala que el trabajo es un derecho económico y un deber social a los cuales el Estado garantizará de forma permanente (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008).

En concordancia al precepto constitucional de derecho al trabajo, existe la Ley de Compañías en la que se establece el marco jurídico para el funcionamiento de las empresas ecuatorianas, ofreciendo la posibilidad de crear diversas opciones en

virtud de la necesidad de los emprendedores y el alcance que tendrán los negocios proyectados. La Ley de Compañías reconoce cinco tipos de compañías que comprenden amplias posibilidades para miembros unipersonales o colectivos con responsabilidades limitadas e ilimitadas (Ley de Compañías, 2014).

El 26 de enero del año 2006 se publicó en el Registro Oficial la, la misma que permite que una sola persona pueda establecer una compañía para realizar comercio, limitando su responsabilidad de tipo civil por el monto del capital invertido en las operaciones señaladas. La responsabilidad patrimonial del único socio de este tipo de compañía, se limita expresamente en los casos que señala la normativa, que generalmente son las de uso común dentro de las buenas prácticas que no perjudiquen a terceros ni caigan en acciones fraudulentas ni incurran en áreas a las cuales no son autorizadas como las de tipo financiero ni bancario (Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada, 2006).

La ventaja de escoger la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, es porque permite invertir en un pequeño negocio que brinda protección legal para una persona natural que aporta con el total de la inversión y asume completamente la responsabilidad del proyecto. Esta ley de empresas unipersonales permite crear una compañía de responsabilidad limitada, pero sin las exigencias que determina la compañía limitada ordinaria que señala la Ley de Compañías. A futuro y dependiendo de las necesidades de la empresa podría transformarse en cualquier otra de las sociedades reguladas por la ley de Compañías que señala el artículo 37 de esta ley (Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada, 2006).

La empresa unipersonal tiene la finalidad de agilizar el proceso de constitución y aprovechar que se pueden realizar diversas actividades mercantiles sin generar costos adicionales ni actividades que no podrían ser explotadas con lo proyectado en este emprendimiento. El gerente-propietario podrá administrar la empresa y ser

su representante legal. La empresa llevará su contabilidad de acuerdo a la ley y el giro del negocio.

Art. 7. “La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente-propietario” (Ley de empresas unipersonales, 2006, pág. 2).

Constitución de la empresa

Para la constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se procederá inicialmente con la elaboración de la escritura pública previo a la inscripción en el Registro Mercantil, señalando un plazo de vigencia determinado y con la posibilidad de prórroga a largo plazo, según el artículo 19 de esta ley. Igualmente se determinará el monto del capital inicial, nacionalidad y domicilio de la empresa. (Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada, 2006).

Loa información a proporcionar para la constitución de la empresa son:

Nombres, apellidos, nacionalidad, estado civil y domicilio del gerente-propietario.

Nombre de la empresa.

Domicilio de la empresa.

Objeto de la empresa

Plazo de duración de la empresa.

Capital de la empresa.

Determinación del capital de la empresa.

Determinar el monto mensual que percibirá el gerente-propietario por sus labores en la empresa.

Otra disposición que se quiera incluir en la constitución de la empresa. (Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada, 2006).

Inscripción en el Registro Mercantil

Teniendo la escritura pública de constitución de la empresa, se procede ante un Juez de lo Civil del domicilio de la empresa para solicitar la aprobación. El trámite comprende una fase de oposición mediante la publicación en un diario de circulación local del domicilio, constando los datos generales de la empresa, para que exista la posibilidad por parte de terceros de reclamar derechos al gerente-propietario. Luego del trámite de oposición, el juez negará o aprobará la constitución de la empresa y la inscripción en el Registro Mercantil (Portal único de trámites ciudadanos, 2020).

4.3. Patentes y marcas

La marca distingue un producto o servicio y generalmente consta de palabras, números, símbolos, colores, etc. La marca es propiedad de una empresa y representa un bien que se comercializa con cualidades específicas y que ganan valor en función de la aceptación del mercado y el reconocimiento público. La marca garantiza la propiedad y es el Estado, a través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI, que realizan los registros (Servicio nacional de derechos intelectuales, 2020).

Los beneficios que se obtienen con el registro de una marca son diversos, pero en lo general permiten en derecho al uso exclusivo, a reclamos legales por el uso indebido de terceros, protección en caso de importaciones de productos con marca pirateada, derecho a franquiciar el producto, posibilidad de acceder a crédito con la garantía de la marca (Servicio nacional de derechos intelectuales, 2020).

El proceso de registro de marcas es:

Ingresar a la página www.derechosintelectuales.gob.ec.

Seleccionar “Programas/Servicio”.

Ingresar al Casillero Virtual.

Llenar los datos solicitados: identificaciones, Ruc, tipo de empresa, etc.

Obtener la clave personal del casillero virtual.

Ingresar con la clave a “Solicitudes en Línea”.

Ingresar a la opción “Pagos”.

Generar e imprimir el comprobante de pago.

Realizar el pago respectivo.

Verificar que en el sistema no exista un registro de marca igual al nombre de lo solicitado.

Acceder a la opción “Solicitud de Signos Distintivos”.

Ingresar los signos distintivos y los datos de la marca.

Esperar la respuesta de SENADI.

Norma Técnica

La Norma Técnica Ecuatoriana (NTE INEN 1334-1- 2014-02) aprueba los rótulos y etiquetas que acompañan a los envases y empaques de los productos procesados que sirven como alimentos para el consumo humano. Los productos procesados, empacados para la venta a los consumidores deben de llevar obligatoriamente la información técnica para poder estar en el mercado. La institución encargada de extender este certificado es el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2014).

Los requisitos para la Norma Técnica Ecuatoriana son:

Llenar el formulario de solicitud.

Adjuntar los documentos de código de lote, dueño de la etiqueta, especificaciones físicas y químicas del envase y descripción de elaboración del producto.

Adjuntar el certificado de requisitos microbiológicos del producto.

Documento de revisión técnica de los procesos.

Cancelar la orden de pago.

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, inicio de actividades, etc.)

Para ejercer legalmente una actividad económica en el territorio ecuatoriano es necesario contar con licencias y permisos para producir y comercializar,

considerando que estas dos actividades demandan de instalaciones, acceso a servicios básicos, afectaciones medioambientales, normas de salud, higiene y seguridad industrial y otros que dependen de lo específico de la actividad. Diversos códigos y reglamentos expedidos por el gobierno nacional o los gobiernos autónomos descentralizados, exigen el cumplimiento de normas que facultan a que los negocios puedan ejercer su actividad. Estas mismas leyes, permiten a esos entes del Estado, poder cobrar impuestos y tasas económicas para financiar sus actividades (Rojas & Morán, 2019).

4.4.1 Registro Único de Contribuyentes RUC

Se debe realizar el trámite de obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), que es el instrumento tributario básico para las diversas transacciones. El RUC tienen la finalidad de registrar e identificar a todos quienes intervienen en actividades que demanden tributos al Estado mediante el pago de impuestos. Adicional al RUC, existe el RISE que es un sistema simplificado para realizar el pago de impuestos y que comprende montos menores al RUC (Servicio de Rentas Internas SRI, 2020).

Para obtener el RUC es necesario realizar los siguientes trámites:

Llenar el Formulario 01-A.

Original y copias de la cédula de ciudadanía y votación del representante de la empresa.

Planilla de servicios básicos.

Original y copia de la constitución de la empresa, inscrita en el Registro Mercantil.

Contrato de arrendamiento o carta de pago del inmueble.

4.4.2 Permiso de funcionamiento

El permiso de funcionamiento es otorgado por la Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP, que debe realizar la inspección respectiva para

certificar el cumplimiento de las normas de seguridad en el inmueble señalado (Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP, 2020).

Para obtener el permiso de funcionamiento se deben adjuntar los siguientes documentos:

Pago del predio actualizado

Copia del RUC.

Informe de inspección del Departamento de Prevención de la Empresa Cuerpo de Bomberos de Ambato EP.

4.4.3 Patente de funcionamiento

Formulario de Declaración inicial de actividades económicas.

Copia cédula de ciudadanía y votación.

Copia del RUC.

Copia nombramiento de representante de la empresa.

Copia de constitución de la empresa, inscrita en el Registro Mercantil.

Copia del pago de patente realizado en el SRI (formulario 106).

4.4.4 Registro sanitario

El Registro Sanitario sirve para garantizar que un producto cumple con las normas sanitarias vigentes. Los productos que requieren el Registro Sanitario son los alimentos procesados, aditivos alimenticios, entre otros que son fabricados y comercializados en cualquier lugar del territorio ecuatoriano. El organismo encargado de extender este documento es la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia ARCSA (Portal único de trámites ciudadanos, 2020).

Los requisitos para obtener el Registro Sanitario son:

Ingresar al sistema de la ARCSA.

Adjuntar la Norma Técnica Nacional.

Adjuntar el diseño de etiqueta del producto.

Adjuntar la declaración de vida útil del producto.

Adjuntas las especificaciones físicas y químicas del envase.

Adjuntar la identificación de código de lote.

Generar el comprobante de pago y realizar el mismo.

Obtener el Registro Sanitario.

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

Objetivo general

Determinar sobre factibilidad económica del proyecto

Objetivos específicos

- Describir cuáles son los valores de la inversión inicial del proyecto para conocer el total de la inversión
- Establecer los costos y gastos del proyecto
- Obtener los resultados de los indicadores financieros de la empresa “Delibanano”

5.2. PLAN DE INVERSIONES

En el plan de inversiones se detallaron las cuentas que intervienen en este apartado, las cuentas del activo y del pasivo. En las cuentas del activo se encuentran todas las inversiones que la empresa “Delibanano” ha realizado en muebles y enseres, en equipos que se van a ocupar en el área administrativa y de ventas, en maquinaria y equipo para la producción, el vehículo y los inventarios.

En los gastos de constitución se detalló la inversión que en la empresa “Delibanano” se realizó para obtener los permisos de funcionamiento, o pagos en la patente municipal como en los permisos que regula la producción de alimentos.

El capital de trabajo se obtuvo tomando en cuenta un mes de inversión en la materia prima más gastos que se efectuaron en un mes

Tabla 46.
Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Total
1	Terreno	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
1	Instalaciones y remodelaciones	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Instalaciones eléctricas	\$ 450,00	\$ 450,00
	Total Terreno e instalaciones		\$ 21.050,00
	Muebles y Enseres		
3	Escritorios	\$ 120,00	\$ 360,00
2	Sillas ejecutivas	\$ 90,00	\$ 180,00
2	Archivadores	\$ 70,00	\$ 140,00
3	Estantes metálicos	\$ 120,00	\$ 360,00
1	Mesa para colocar las bandejas	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Extintor de incendio	\$ 90,00	\$ 90,00
	Total de Muebles y Enseres		\$ 1.230,00
	Equipo de oficina		
1	Teléfono	\$ 120,00	\$ 120,00
	Total Equipo de oficina		\$ 120,00
	Maquinaria y Equipo		
1	Máquina de cortar banano	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Máquina deshidratadora de banano	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00
1	Máquina trituradora y mezcladora	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
1	Máquina de embalaje	\$ 4.900,00	\$ 4.900,00
	Total de Maquinaria y Equipo		\$ 16.300,00
1	Vehículo	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	Total vehículo		\$ 10.000,00
	Equipo de Computación		
3	Computadora para el vendedor	\$ 500,00	\$ 1.500,00
1	Impresora	\$ 350,00	\$ 350,00
	Total de equipo de computación		\$ 1.850,00
	Inventarios		\$ 4.966,34
	Costos de Constitución		
	Patente y marca		\$ 400,00
	Obtención del RUC		\$ 10,00
	Permiso de funcionamiento		\$ 40,00
	Promoción y publicidad		\$ 1.350
	Total de Costos de Constitución		\$ 1.800,00
	Capital de trabajo		\$ 6.825,30
	TOTAL INVERSIONES		\$ 64.141,65

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

En el plan de financiamiento se detalló el porcentaje que se divide tanto los recursos de terceros como los recursos propios, con el fin de conocer cual es la capacidad de la empresa “Delibanano” en la distribución de los recursos.

Tabla 47.

Plan de financiamiento

Descripción	Total USD	Parcial(%)	Total(%)
Recursos propios			76,61
Efectivo	\$ 39.141,65	61,02	
Bienes	\$ 10.000,00	\$ 15,59	
Recursos de terceros			23,39
Préstamo privado			
Préstamo bancario	\$ 15.000,00	23,39	
Total	\$ 64.141,65	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En el plan de financiamiento se observa que el total de la inversión es de \$ 61.141,65 y este valor está dividido en dos partes, el 76,61% corresponde a recursos propios, es decir que la mayoría de los recursos económicos le pertenecen a la empresa “Delibanano” mientras que el 23,39% de los recursos restantes son de terceros, es decir de la institución financiera que es la que está apalancando el resto del dinero de la inversión.

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

A continuación, se detalló los costos y gastos. En la parte correspondiente a costos este apartado está estructurado de la siguiente manera: a) Valores de la materia prima, b) valores de la mano de obra que interviene del departamento de producción y c) costos indirectos, que son la suma de los costos de los servicios básicos como son luz y agua; además en esta parte se incluyeron los costos de suministros y la depreciación solo del departamento de producción, es decir la

depreciación de la maquinaria que se utiliza para la elaboración de la premezcla denominada “Delibanano”.

a) Detalle de costos

Tabla 48.
Detalle de costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
MATERIA PRIMA					
Banano	unidad	5518	\$ 0,15	\$ 827,72	\$ 9.932,69
Azúcar moreno	gramos	5518	\$ 0,25	\$ 1.379,54	\$ 16.554,48
Polvo de hornear	gramos	5518	\$ 0,30	\$ 1.655,45	\$ 19.865,38
Sal	gramos	5518	\$ 0,10	\$ 551,82	\$ 6.621,79
Total Materia Prima				\$ 4.414,53	\$ 52.974,34
MANO DE OBRA DIRECTA					
Ingreso sectorial					
Obrero de Producción de premezcla	\$	420,00	\$ 420,00	\$ 556,86	\$ 6.682,36
Jefe de control de calidad de la premezcla	\$	580,00	\$ 580,00	\$ 756,30	\$ 9.075,64
COSTOS INDIRECTOS					
Energía Eléctrica	Kw/H	330	\$ 0,10	\$ 33,00	\$ 396,00
Agua potable	m ³	80	\$ 0,48	\$ 38,40	\$ 460,80
Total servicios básicos				\$ 71,40	\$ 856,80
Suministro de materiales	\$	40,00	\$ 0,20	\$ 8,00	\$ 96,00
Total de Suministros				\$ 8,00	\$ 96,00
Depreciación del departamento de Producción				\$ 135,83	\$ 1.630,00
TOTAL COSTOS				\$ 5.942,93	\$ 71.315,14

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

El total en dólares en el detalle de costos es de \$ 71.315,15 que es del primer año del proyecto, se observa en estos cálculos que el valor más alto corresponde al costo de materia prima.

b) Proyección de costos

Tabla 49.
Proyección de costos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL		TOTAL AÑO 1		COSTO MENSUAL		TOTAL AÑO 2		COSTO MENSUAL		TOTAL AÑO 3		COSTO MENSUAL		TOTAL AÑO 4		COSTO MENSUAL		TOTAL AÑO 5	
	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
Descripción del producto	Costo mensual		Costo mensual																	
MATERIA PRIMA																				
Banano	\$ 827,72	\$ 827,72	\$ 9.932,69	\$ 829,63	\$ 829,63	\$ 9.955,53	\$ 831,54	\$ 831,54	\$ 9.978,43	\$ 833,45	\$ 833,45	\$ 10.001,38	\$ 835,37	\$ 835,37	\$ 10.024,38					
Azúcar moreno	\$ 1.379,54	\$ 1.379,54	\$ 16.554,48	\$ 1.382,71	\$ 1.382,71	\$ 16.592,56	\$ 1.385,89	\$ 1.385,89	\$ 16.630,72	\$ 1.389,08	\$ 1.389,08	\$ 16.668,97	\$ 1.392,28	\$ 1.392,28	\$ 16.707,31					
Polvo de hornear	\$ 1.655,45	\$ 1.655,45	\$ 19.865,38	\$ 1.659,26	\$ 1.659,26	\$ 19.911,07	\$ 1.663,07	\$ 1.663,07	\$ 19.956,86	\$ 1.666,90	\$ 1.666,90	\$ 20.002,76	\$ 1.670,73	\$ 1.670,73	\$ 20.048,77					
Sal	\$ 551,82	\$ 551,82	\$ 6.621,79	\$ 553,09	\$ 553,09	\$ 6.637,02	\$ 554,36	\$ 554,36	\$ 6.652,29	\$ 555,63	\$ 555,63	\$ 6.667,59	\$ 556,91	\$ 556,91	\$ 6.682,92					
Total Materia Prima	\$ 4.414,53	\$ 4.414,53	\$ 52.974,34	\$ 4.424,68	\$ 4.424,68	\$ 53.096,18	\$ 4.434,86	\$ 4.434,86	\$ 53.218,30	\$ 4.445,06	\$ 4.445,06	\$ 53.340,70	\$ 4.455,28	\$ 4.455,28	\$ 53.463,39					
MANO DE OBRA DIRECTA																				
Obrero de Producción de premezcla	\$ 556,86	\$ 556,86	\$ 6.682,36	\$ 600,35	\$ 600,35	\$ 7.204,24	\$ 608,97	\$ 608,97	\$ 7.307,66	\$ 617,72	\$ 617,72	\$ 7.412,66	\$ 626,60	\$ 626,60	\$ 7.519,25					
Jefe de control de calidad de la premezcla	\$ 756,30	\$ 756,30	\$ 9.075,64	\$ 816,36	\$ 816,36	\$ 9.796,33	\$ 828,26	\$ 828,26	\$ 9.939,15	\$ 840,35	\$ 840,35	\$ 10.084,14	\$ 852,61	\$ 852,61	\$ 10.231,34					
Total Mano de Obra directa	\$ 1.313,17	\$ 1.313,17	\$ 15.758,00	\$ 1.416,71	\$ 1.416,71	\$ 17.000,56	\$ 1.437,23	\$ 1.437,23	\$ 17.246,81	\$ 1.458,07	\$ 1.458,07	\$ 17.496,80	\$ 1.479,22	\$ 1.479,22	\$ 17.750,59					
COSTOS INDIRECTOS																				
Energía Eléctrica	\$ 33,00	\$ 33,00	\$ 396,00	\$ 33,08	\$ 33,08	\$ 396,91	\$ 33,15	\$ 33,15	\$ 397,82	\$ 33,23	\$ 33,23	\$ 398,74	\$ 33,30	\$ 33,30	\$ 399,66					
Agua potable	\$ 38,40	\$ 38,40	\$ 460,80	\$ 38,49	\$ 38,49	\$ 461,86	\$ 38,58	\$ 38,58	\$ 462,92	\$ 38,67	\$ 38,67	\$ 463,99	\$ 38,75	\$ 38,75	\$ 465,05					
Total servicios básicos	\$ 71,40	\$ 71,40	\$ 856,80	\$ 71,56	\$ 71,56	\$ 858,77	\$ 71,73	\$ 71,73	\$ 860,75	\$ 71,89	\$ 71,89	\$ 862,73	\$ 72,06	\$ 72,06	\$ 864,71					
Suministro de materiales	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 8,02	\$ 8,02	\$ 96,22	\$ 8,04	\$ 8,04	\$ 96,44	\$ 8,06	\$ 8,06	\$ 96,66	\$ 8,07	\$ 8,07	\$ 96,89					
Total de Suministros	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 8,02	\$ 8,02	\$ 96,22	\$ 8,04	\$ 8,04	\$ 96,44	\$ 8,06	\$ 8,06	\$ 96,66	\$ 8,07	\$ 8,07	\$ 96,89					
Depreciación del departamento de Producción	\$ 135,83	\$ 135,83	\$ 1.630,00	\$ 135,83	\$ 135,83	\$ 1.630,00	\$ 135,83	\$ 135,83	\$ 1.630,00	\$ 135,83	\$ 135,83	\$ 1.630,00	\$ 135,83	\$ 135,83	\$ 1.630,00					
TOTAL COSTO	\$ 5.942,93	\$ 1.520,40	\$ 4.422,53	\$ 71.315,14	\$ 1.624,11	\$ 4.432,70	\$ 72.681,73	\$ 6.087,69	\$ 1.644,80	\$ 4.442,90	\$ 73.052,30	\$ 1.673,85	\$ 1.665,79	\$ 4.453,11	\$ 73.426,89	\$ 6.150,46	\$ 1.687,11	\$ 4.463,36	\$ 73.805,58	

En la proyección de costos se observó la siguiente distribución: en la materia prima se detallaron la materia prima con sus componentes, a partir del segundo año se incrementó el 0,23% de la inflación al precio de estos productos. En segundo lugar, en la mano de obra se aumentó el 1,52% del incremento dado por el Ministerio de Trabajo al sueldo sectorial, en la parte correspondiente a la depreciación está se mantiene

para todos los años porque en este departamento no hay computadoras, por lo tanto, la depreciación de la maquinaria es la misma para todos los años.

c) Detalle de gastos

Tabla 50.

Detalle de gastos

Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Gastos Administrativos					
Sueldos administrativos					
Gerente	Mensual		12 \$	843,56 \$	10.122,70 \$
Contador	Mensual		12 \$	681,51 \$	8.178,16 \$
Combustibles y lubricantes					
	Galón	2,15	40 \$	86,00 \$	1.032,00 \$
Suministros	Mensual	4	15 \$	60,00 \$	720,00 \$
Insumos	Mensual	0,01	5518 \$	55,18 \$	662,18 \$
Luz eléctrica	Mensual	\$ 0,10	100 \$	10,00 \$	120,00 \$
Agua potable	Mensual	\$ 0,48	20 \$	9,60 \$	115,20 \$
Depreciación del departamento administrativo					
	Mensual			\$ 48,38	\$ 580,50
Total de Gastos Administrativos				\$ 1.794,23	\$ 21.530,74
Gastos de Ventas					
Sueldo del vendedor	Mensual		12 \$	631,65 \$	7.579,84 \$
Gastos de promoción	Mensual		12 \$	112,50 \$	1.350,00 \$
Depreciación del dep:	Mensual		12 \$	180,42 \$	2.165,00 \$
Total Gastos de Ventas				\$ 924,57	\$ 11.094,84
Gastos Financieros					
Intereses pagados	Mensual			\$ 137,50	\$ 1.650,00
Total de Gastos Financieros				\$ 137,50	\$ 1.650,00
TOTAL DE GASTOS				\$ 2.856,30	\$ 34.275,58

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En el detalle de gastos se observó que el total es de \$ 34.275,58, dividido en tres aspectos, el primero en los gastos administrativos, el segundo en los gastos de venta y el tercero en los gastos financieros.

d) Proyección de gastos

En la proyección de gastos se determinan los valores que corresponden a los gastos administrativos, de ventas y del área financiera.

Tabla 51.
Proyección de Gastos

DESCRIPCIÓN	GASTO			GASTO			TOTAL	GASTO			GASTO			TOTAL AÑO	GASTO					
	MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	MENSUAL	GASTOS		AÑO 2	MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 3	MENSUAL	GASTOS		4	MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE			FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		
Gastos Administrativos																				
Sueklos administrativos																				
Gerente	\$ 843,56	\$ 843,56		\$ 10.122,70	910,86	910,86		\$ 10.930,37	\$ 924,20	\$ 924,20		\$ 11.090,43	\$ 937,74	\$ 937,74		\$ 11.252,92	\$ 951,49	\$ 951,49		\$ 11.417,89
Contador	\$ 681,51	\$ 681,51		\$ 8.178,16	735,36	735,36		\$ 8.824,29	\$ 746,03	\$ 746,03		\$ 8.952,34	\$ 756,86	\$ 756,86		\$ 9.082,34	\$ 767,86	\$ 767,86		\$ 9.214,31
Combustibles y lubricantes	\$ 86,00	\$ 86,00		\$ 1.032,00	\$ 86,20		\$ 86,20	\$ 1.034,37	\$ 86,40	\$ 86,40		\$ 1.036,75	\$ 86,59	\$ 86,59		\$ 1.039,14	\$ 86,79	\$ 86,79		\$ 1.041,53
Suministros	\$ 60,00	\$ 60,00		\$ 720,00	\$ 60,14		\$ 60,14	\$ 721,66	\$ 60,28	\$ 60,28		\$ 723,32	\$ 60,41	\$ 60,41		\$ 724,98	\$ 60,55	\$ 60,55		\$ 726,65
Insumos	\$ 55,18	\$ 55,18		\$ 662,18	\$ 55,31		\$ 55,31	\$ 663,70	\$ 55,44	\$ 55,44		\$ 665,23	\$ 55,56	\$ 55,56		\$ 666,76	\$ 55,69	\$ 55,69		\$ 668,29
Luz eléctrica	\$ 10,00	\$ 10,00		\$ 120,00	\$ 10,02	\$ 10,02		\$ 120,28	\$ 10,05	\$ 10,05		\$ 120,55	\$ 10,07	\$ 10,07		\$ 120,83	\$ 10,09	\$ 10,09		\$ 121,11
Agua potable	\$ 9,60	\$ 9,60		\$ 115,20	\$ 9,62	\$ 9,62		\$ 115,46	\$ 9,64	\$ 9,64		\$ 115,73	\$ 9,67	\$ 9,67		\$ 116,00	\$ 9,69	\$ 9,69		\$ 116,26
Depreciación del departamento administrativo	\$ 48,38	\$ 48,38		\$ 580,50	\$ 48,38	\$ 48,38		\$ 580,50	\$ 48,49	\$ 48,49		\$ 580,50	\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 135,00	\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 135,00
Total de Gastos Administrativos	\$ 1.794,23	\$ 1.593,05	\$ 201,18	\$ 21.530,74	\$ 1.915,89	\$ 1.714,24	\$ 201,64	\$ 22.990,63	\$ 1.940,52	\$ 1.738,41	\$ 202,11	\$ 23.286,18	\$ 1.928,16	\$ 1.725,59	\$ 202,57	\$ 23.137,96	\$ 1.953,42	\$ 1.750,38	\$ 203,04	\$ 23.441,03
Gastos de Ventas																				
Sueldo del vendedor	\$ 631,65	\$ 631,65		\$ 7.579,84	\$ 681,36	\$ 681,36		\$ 8.176,27	\$ 691,21	\$ 691,21		\$ 8.294,47	\$ 701,21	\$ 701,21		\$ 8.414,46	\$ 711,36	\$ 711,36		\$ 8.536,28
Gastos de promoción y publicidad	\$ 112,50	\$ 112,50		\$ 1.350,00	\$ 112,76	\$ 112,76		\$ 1.353,11	\$ 113,02	\$ 113,02		\$ 1.356,22	\$ 113,28	\$ 113,28		\$ 1.359,34	\$ 113,54	\$ 113,54		\$ 1.362,46
Depreciación del departamento de ventas	\$ 180,42	\$ 180,42		\$ 2.165,00	\$ 180,42	\$ 180,42		\$ 2.165,00	\$ 180,42	\$ 180,42		\$ 2.165,00	\$ 166,67	\$ 166,67		\$ 2.000,00	\$ 166,67	\$ 166,67		\$ 2.000,00
Total Gastos de Ventas	\$ 924,57	\$ 924,57	\$	\$ 11.094,84	\$ 974,53	\$ 974,53		\$ 11.694,37	\$ 984,64	\$ 984,64		\$ 11.815,69	\$ 981,15	\$ 981,15		\$ 11.773,80	\$ 991,56	\$ 991,56		\$ 11.898,75
Gastos Financieros																				
Intereses pagados	\$ 137,50	\$ 137,50		\$ 1.650,00	\$ 115,42	\$ 115,42		\$ 1.385,06	\$ 90,91	\$ 90,91		\$ 1.090,97	\$ 63,71	\$ 63,71		\$ 764,54	\$ 33,52	\$ 33,52		\$ 402,20
Total de Gastos Financieros	\$ 137,50	\$ 137,50	\$	\$ 1.650,00	\$ 115,42	\$ 115,42		\$ 1.385,06	\$ 90,91	\$ 90,91		\$ 1.090,97	\$ 63,71	\$ 63,71		\$ 764,54	\$ 33,52	\$ 33,52		\$ 402,20
TOTAL DE GASTOS	\$ 2.856,30	\$ 2.655,12	\$ 201,18	\$ 34.275,58	\$ 3.005,84	\$ 2.804,19	\$ 201,64	\$ 36.070,06	\$ 3.016,07	\$ 2.813,96	\$ 202,11	\$ 36.192,84	\$ 2.973,03	\$ 2.770,45	\$ 202,57	\$ 35.676,30	\$ 2.978,50	\$ 2.775,46	\$ 203,04	\$ 35.741,98

En la proyección de gastos para el primer año es de \$ 34.275,58. En el segundo año se va incrementando los precios con el 0,23% de la inflación. En la depreciación del departamento administrativo no es el mismo valor en cada año por la depreciación de los equipos de cómputo

En el rol de pagos se observó que el total mensual que se debe pagar es \$ 1313,17. En el primer año no hay fondos de reserva. El sueldo sectorial se tomó de la tabla del año 2020 del Ministerio de Trabajo, luego se procedió al cálculo de las provisiones dando el total del sueldo de cada empleado.

Tabla 53.

Rol de pagos de los empleados administrativos y de ventas

ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES		CARGO	CÓDIGO	INGRESOS		DESCUENTOS	TOTAL	VALOR A PAGAR	
	SECTORIAL	TOTAL								
	1 N.N.	Gerente	1918200000101.	\$	650,00	\$ 650,00	\$	61,43	\$ 61,43	\$ 588,58
	1 NN	Vendedor	1930000000020.	\$	480,00	\$ 480,00	\$	45,36	\$ 45,36	\$ 434,64
	1 N.N.	Contador	1910000000012.	\$	520,00	\$ 520,00	\$	49,14	\$ 49,14	\$ 470,86
PROVISIONES								TOTAL	COSTO	
PATRONAL	SECAP	IECE				FONDO		PROVISIÓN	ADMINISTRATIVO	Y VENTAS
						DE				
11,15%	0,50%	0,50%	XIII	XIV	RESERVA	VACACIONES				
\$ 72,48	\$ 3,25	\$ 3,25	\$ 54,17	\$ 33,33	0	\$ 27,08	\$ 193,56	\$ 843,56		
\$ 53,52	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 40,00	\$ 33,33	0	\$ 20,00	\$ 151,65	\$ 631,65		
\$ 57,98	\$ 2,60	\$ 2,60	\$ 43,33	\$ 33,33	0	\$ 21,67	\$ 161,51	\$ 681,51		
COSTO ADMINISTRATIVO Y VENTAS 2020									\$	2.156,73

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En los sueldos del personal que trabajará en el departamento administrativo y de ventas, el total del gasto es de \$ 1.648,20 mensualmente, este valor multiplicado por 12 meses da un valor de \$ 19.778,48. Este valor corresponde al Gerente, Vendedor y Contador.

Depreciación

Tabla 54.
Depreciación

						AÑO 1
Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual	
ADMINISTRATIVO						
Muebles y Enseres						
3 Escritorios	10	\$ 360,00	10	\$ 36,00	\$ 3,00	
2 Sillas ejecutivas	10	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50	
2 Archivadores	10	\$ 140,00	10	\$ 14,00	\$ 1,17	
3 Estantes metálicos	10	\$ 360,00	10	\$ 36,00	\$ 3,00	
1 Mesa para colocar las bandejas	10	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 0,83	
1 Extintor de incendio	10	\$ 90,00	10	\$ 9,00	\$ 0,75	
Equipos de Computación						
2 Computadores	3	\$ 1.000,00	33	\$ 330,00	\$ 27,50	
1 Impresora	3	\$ 350,00	33	\$ 115,50	\$ 9,63	
Equipo de Oficina						
1 Teléfono	10	\$ 120,00	10	\$ 12,00	\$ 1,00	
PRODUCCIÓN						
1 Maquinaria y Equipo						
1 Máquina de cortar banano	10	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	\$ 12,50	
1 Máquina deshidratadora de banano	10	\$ 5.700,00	10	\$ 570,00	\$ 47,50	
1 Máquina trituradora y mezcladora	10	\$ 4.200,00	10	\$ 420,00	\$ 35,00	
1 Máquina de embalaje	10	\$ 4.900,00	10	\$ 490,00	\$ 40,83	
VENTAS						
1 Vehículo	5	\$ 10.000,00	20	\$ 2.000,00	\$ 166,67	
Equipo de computación						
1 Computadora	3	\$ 500,00	33	\$ 165,00	\$ 13,75	
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$29.500,00		\$ 4.375,50	\$ 364,63	

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

El total de las depreciaciones son \$ 4.375,50 en el primer año y mensualmente es de \$ 364,63. Las depreciaciones de forma separada corresponden al departamento de producción con \$ 1.630 anual y mensual \$ 135,83. La depreciación del departamento administrativo es de \$ 580,5 anual y mensual es de \$ 48,38.

La depreciación del departamento de ventas es de \$ 2.165 anual y el valor mensual es de \$ 180,42.

Los equipos de computación y la impresora se deprecian en tres años, mientras que el vehículo a cinco años y la maquinaria se deprecia a diez años. El porcentaje de depreciación es del 33% de los equipos de computación, mientras que para la maquinaria es del 10% y del vehículo 20%.

Proyección de la depreciación

Tabla 55.

Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual	AÑO					
					1	2	3	4	5	
					Depreciación mensual					
ADMINISTRATIVO										
Muebles y Enseres										
3 Escritorios	10	\$ 360,00	10	\$ 36,00	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
2 Sillas ejecutivas	10	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
2 Archivadores	10	\$ 140,00	10	\$ 14,00	\$ 1,17	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
3 Estantes metálicos	10	\$ 360,00	10	\$ 36,00	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
1 Mesa para colocar las bandejas	10	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 0,83	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
1 Extintor de incendio	10	\$ 90,00	10	\$ 9,00	\$ 0,75	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Equipos de Computación										
2 Computadores	3	\$ 1.000,00	33	\$ 330,00	\$ 27,50	\$ 330,00	\$ 330,00	0	0	0
1 Impresora	3	\$ 350,00	33	\$ 115,50	\$ 9,63	\$ 115,50	\$ 115,50	0	0	0
Equipo de Oficina										
1 Teléfono	10	\$ 120,00	10	\$ 12,00	\$ 1,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
PRODUCCIÓN										
1 Maquinaria y Equipo										
1 Máquina de cortar banano	10	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	\$ 12,50	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
1 Máquina deshidratadora de banano	10	\$ 5.700,00	10	\$ 570,00	\$ 47,50	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00
1 Máquina trituradora y mezcladora	10	\$ 4.200,00	10	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00
1 Máquina de embalaje	10	\$ 4.900,00	10	\$ 490,00	\$ 40,83	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 490,00
VENTAS										
1 Vehículo	5	\$10.000,00	20	\$ 2.000,00	\$ 166,67	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Equipo de computación										
1 Computadora	3	\$ 500,00	33	\$ 165,00	\$ 13,75	\$ 165,00	\$ 165,00			
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$29.500,00		\$ 4.375,50	\$ 364,63	\$ 4.375,50	\$ 4.375,50	\$ 3.765,00	\$ 3.765,00	\$ 3.765,00

En la proyección de la depreciación desde el primer año hasta el tercer año tiene el mismo valor, a partir del cuarto año disminuye porque en los departamentos de ventas y el administrativo se encuentran equipos de cómputo y aquellos se deprecian en tres años.

5.5. Cálculo de ingresos

Tabla 56.

Ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen utilidad %	Ingresos mensuales \$	Unidades producidas	Precio de venta unitario \$
Premezcla	Gramos	\$ 1,04	32,00	0,42 \$13.795,40	5518	\$ 2,50
Banano		\$ 827,72				
Azúcar moreno		\$ 1.379,54				
Polvo de hornear		\$ 1.655,45				
Sal		\$ 551,82				
TOTAL		\$ 4.414,53				

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la tabla de Ingresos se describe lo siguiente: el producto de la premezcla tiene un costo por unidad de \$ 1,04, este valor se obtiene dividiendo el costo total para la demanda potencial insatisfecha del primer año. El margen de utilidad es el resultado de la división de los

costos de la materia prima es decir \$ 4.414,53 para los ingresos mensuales, lo que da como resultado el 32% de margen de utilidad. El margen de utilidad es de 0,42 dólares, este valor se obtiene de dividir \$ 1.04 para el precio de venta de \$ 2,50.

Proyección de ingresos

Tabla 57.

Proyección de ingresos

Productos	Cantidad	Precio unitario	Total año 1	Cantidad	Precio unitario	Total año 2	Cantidad	Precio unitario	Total año 3	Cantidad	Precio unitario	Total año 4	Cantidad	Precio unitario	Total año 5
Premezcla	66218	\$ 2,50	\$ 165.544,81	67014	\$ 2,51	\$ 167.921,49	67811	\$ 2,51	\$ 170.308,24	68608	\$ 2,52	\$ 172.705,07	63042	\$ 2,52	\$ 159.060,49
TOTAL INGRESOS			\$ 165.544,81	\$ 167.921,49			\$ 170.308,24			\$ 172.705,07			\$ 159.060,49		

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En la Proyección de Ingresos se observó para el primer año la cantidad de 66.218 unidades de premezcla a un precio de \$ 2,50 lo que tiene un total de \$ 165.544,81. Para el segundo año el precio se incrementó a \$ 2,51 porque se aumentó el valor de 0,23% de la inflación.

Para el tercer año el precio es de \$ 2,51 porque no varía el incremento con la inflación y el total es de \$ 170.308,24

Para el cuarto año el precio es de \$ 2,52 aumentado el 0,23% de la inflación, lo que da como resultado el total de \$ 172.705,07 con una cantidad de 68.608 unidades de premezcla.

Para el año quinto el precio se mantiene en \$ 2,52 porque el incremento de 0,23% no cambia el valor monetario y el total de este año es de \$ 159.060,49.

5.6. Flujo de caja

Tabla 58.

Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A INGRESOS OPERACIONALES		\$165.544,81	\$167.921,49	\$170.308,24	\$172.705,07	\$159.060,49
Ingresos por ventas		\$165.544,81	\$167.921,49	\$170.308,24	\$172.705,07	\$159.060,49
B EGRESOS OPERACIONALES		\$103.940,72	\$107.366,74	\$108.154,17	\$108.338,65	\$109.145,35
Materia prima directa		\$52.974,34	\$53.096,18	\$53.218,30	\$53.340,70	\$53.463,39
Mano de obra directa		\$15.758,00	\$17.000,56	\$17.246,81	\$17.496,80	\$17.750,59
Costos indirectos de fabricación		\$2.582,80	\$2.584,99	\$2.587,19	\$2.589,39	\$2.591,60
Gastos Administrativos		\$21.530,74	\$22.990,63	\$23.286,18	\$23.137,96	\$23.441,03
Gastos de Ventas		\$11.094,84	\$11.694,37	\$11.815,69	\$11.773,80	\$11.898,75
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	\$ -	\$61.604,09	\$60.554,76	\$62.154,07	\$64.366,42	\$49.915,13
D INGRESOS NO OPERACIONALES	\$64.650,17					
Recursos propios	\$49.650,17					
Recursos de Terceros	\$15.000,00					
Créditos a contratarse a corto plazo						
Otros Ingresos						
E EGRESOS NO OPERACIONALES		\$18.784,26	\$18.533,26	\$19.139,14	\$19.951,55	\$15.443,09
Inversión realizada	\$64.650,17					
Gastos Financieros		\$1.650,00	\$1.385,06	\$1.090,97	\$764,54	\$402,20
Pago de créditos a largo plazo		\$2.408,55	\$2.673,50	\$2.967,58	\$3.294,01	\$3.656,36
Pago de participación de utilidades		\$8.993,11	\$8.875,45	\$9.159,46	\$9.540,28	\$7.426,94
Pago de impuestos		\$5.732,59	\$5.599,25	\$5.921,12	\$6.352,72	\$3.957,60
Otros egresos						
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		(-21.478,57)	(-21.415,57)	(-22.109,56)	(-18.839,38)	(-18.647,44)
G FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$ -	\$42.819,83	\$42.021,50	\$43.014,93	\$44.414,86	\$34.472,04
H SALDO INICIAL DE CAJA	\$7.333,83	\$7.350,69	\$7.367,60	\$7.384,55	\$7.401,53	\$7.418,55
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$7.333,83	\$50.170,52	\$49.389,10	\$50.399,47	\$51.816,40	\$41.890,60

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

En el flujo de caja es el resultado de la resta del flujo operacional menos el flujo no operacional. Se considera ingreso no operacional a los recursos propios y los recursos de terceros, son egresos no operacionales la inversión realizada.

En los ingresos operacionales constan los recursos propios y los recursos de terceros, estos datos vienen de la tabla del financiamiento. En los egresos no operacionales provienen del plan de inversiones con las cuentas detalladas en este flujo de caja. De esta manera se obtiene para el año 1 un saldo de \$ 50.170,52

5.7. Punto de equilibrio

Tabla 59.

Resumen de datos

Descripción	Valor
Costos indirectos	\$ 2.582,80
Mano de obra directa	\$ 15.758,00
Gastos de ventas	\$ 11.094,84
Gastos financieros	\$ 1.650,00
Gastos administrativos	\$ 21.530,74
Total costos fijos	\$ 50.106,20
Materia prima	\$ 52.974,34
Total costos variables	\$ 53.192,40
Precio de venta	\$ 2,50
Costo variable unitario	\$ 0,80
Cantidad de equilibrio	29.499
Ingreso total por ventas.	\$165.544,81

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

5.7.1. Punto de equilibrio en valores monetarios

$$PE \$ = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{INGRESO TOTAL}}$$

$$PE \$ = \frac{\$ 50.106,20}{1 - \frac{\$ 53.070,34}{\$ 165.544,81}}$$

$$PE \$ = \frac{\$ 50.106,20}{1 - \$ 0,32}$$

$$PE \$ = \frac{\$ 50.106,20}{\$ 0,68}$$

$$PE \$ = \$ 73.148,48$$

5.7.2. Punto de equilibrio en unidades vendidas

$$PEu = \frac{COSTOS FIJOS}{PRECIO VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

$$PEu = \frac{\$ 50.106,20}{\$ 2,50 - \$ 0,80}$$

$$PEu = \frac{\$ 50.106,20}{\$ 1,70}$$

$$PEu = 29.499$$

5.7.3. Punto de equilibrio en porcentajes de producción

$$PE\% = \frac{PE \$}{IT} \times 100$$

$$PE\% = \frac{\$ 73.748,48}{\$ 165.544,81} \times 100$$

$$PE\% = 44,55\%$$

5.7.3. Punto de equilibrio gráfico

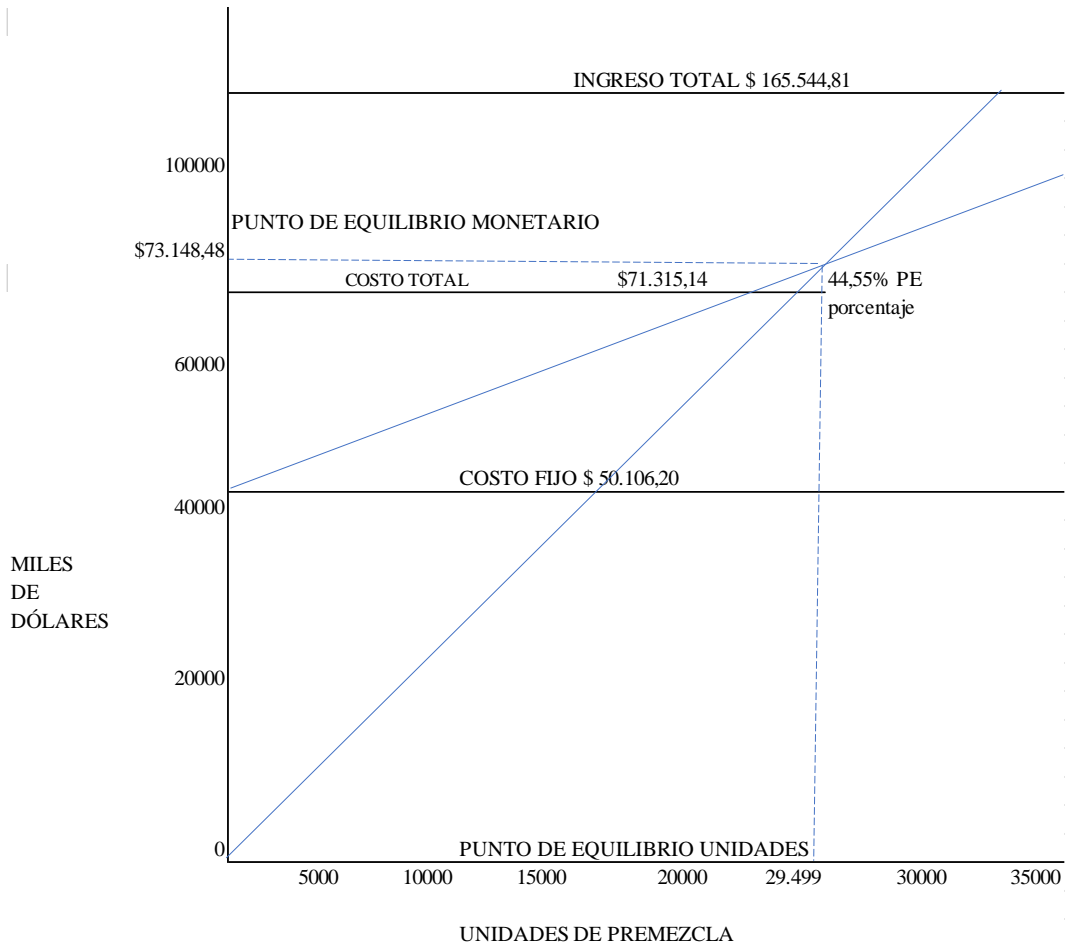


Gráfico 24. Punto de equilibrio

El gráfico del punto de equilibrio demuestra la relación entre los costos fijos, variables y el nivel de las unidades de producción, con estos datos se establece el punto que se intercepta para observar el nivel de producción la empresa puede no perder ni ganar.

En este gráfico se observó además que las 29.499 unidades de premezcla anuales, va a permitir tener un balance en la producción y en los costos.

5.8. Estado de Resultados proyectado

Tabla 60.

Estado de Resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	GASTO			GASTO			TOTAL			GASTO			TOTAL AÑO			GASTO				
	MENSUAL	GASTOS	TOTAL AÑO 1	MENSUAL	GASTOS	AÑO 2	MENSUAL	GASTOS	TOTAL AÑO 3	MENSUAL	GASTOS	4	MENSUAL	GASTOS	TOTAL AÑO 5					
	FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE						
Gastos Administrativos																				
Sueldos administrativos																				
Gerente	\$ 843,56	\$ 843,56	\$ 10.122,70	910,86	910,86	\$ 10.930,37	\$ 924,20	\$ 924,20	\$ 11.090,43	\$ 937,74	\$ 937,74	\$ 11.252,92	\$ 951,49	\$ 951,49	\$ 11.417,89					
Contador	\$ 681,51	\$ 681,51	\$ 8.178,16	735,36	735,36	\$ 8.824,29	\$ 746,03	\$ 746,03	\$ 8.952,34	\$ 756,86	\$ 756,86	\$ 9.082,34	\$ 767,86	\$ 767,86	\$ 9.214,31					
Combustibles y lubricantes	\$ 86,00	\$ 86,00	\$ 1.032,00	86,20	86,20	\$ 1.034,37	\$ 86,40	\$ 86,40	\$ 1.036,75	\$ 86,59	\$ 86,59	\$ 1.039,14	\$ 86,79	\$ 86,79	\$ 1.041,53					
Suministros	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00	60,14	60,14	\$ 721,66	\$ 60,28	\$ 60,28	\$ 723,32	\$ 60,41	\$ 60,41	\$ 724,98	\$ 60,55	\$ 60,55	\$ 726,65					
Insunios	\$ 55,18	\$ 55,18	\$ 662,18	55,31	55,31	\$ 663,70	\$ 55,44	\$ 55,44	\$ 665,23	\$ 55,56	\$ 55,56	\$ 666,76	\$ 55,69	\$ 55,69	\$ 668,29					
Luz eléctrica	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00	10,02	10,02	\$ 120,28	\$ 10,05	\$ 10,05	\$ 120,55	\$ 10,07	\$ 10,07	\$ 120,83	\$ 10,09	\$ 10,09	\$ 121,11					
Agua potable	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 115,20	9,62	9,62	\$ 115,46	\$ 9,64	\$ 9,64	\$ 115,73	\$ 9,67	\$ 9,67	\$ 116,00	\$ 9,69	\$ 9,69	\$ 116,26					
Depreciación del departamento administrativo	\$ 48,38	\$ 48,38	\$ 580,50	48,38	48,38	\$ 580,50	\$ 48,49	\$ 48,49	\$ 580,50	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 135,00	\$ 11,25	\$ 11,25	\$ 135,00					
Total de Gastos Administrativos	\$ 1.794,23	\$ 1.593,05	\$ 201,18	\$ 21.530,74	\$ 1.915,89	\$ 1.714,24	\$ 201,64	\$ 22.990,63	\$ 1.940,52	\$ 1.738,41	\$ 202,11	\$ 23.286,18	\$ 1.928,16	\$ 1.725,59	\$ 202,57	\$ 23.137,96	\$ 1.953,42	\$ 1.750,38	\$ 203,04	\$ 23.441,03
Gastos de Ventas																				
Sueldo del vendedor	\$ 631,65	\$ 631,65	\$ 7.579,84	681,36	681,36	\$ 8.176,27	\$ 691,21	\$ 691,21	\$ 8.294,47	\$ 701,21	\$ 701,21	\$ 8.414,46	\$ 711,36	\$ 711,36	\$ 8.536,28					
Gastos de promoción y publicidad	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 1.350,00	112,76	112,76	\$ 1.353,11	\$ 113,02	\$ 113,02	\$ 1.356,22	\$ 113,28	\$ 113,28	\$ 1.359,34	\$ 113,54	\$ 113,54	\$ 1.362,46					
Depreciación del departamento de ventas	\$ 180,42	\$ 180,42	\$ 2.165,00	180,42	180,42	\$ 2.165,00	\$ 180,42	\$ 180,42	\$ 2.165,00	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 2.000,00	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 2.000,00					
Total Gastos de Ventas	\$ 924,57	\$ 924,57	\$ 11.094,84	974,53	974,53	11.694,37	984,64	984,64	11.815,69	981,15	981,15	11.773,80	991,56	991,56	11.898,75					
Gastos Financieros																				
Intereses pagados	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 1.650,00	115,42	115,42	\$ 1.385,06	\$ 90,91	\$ 90,91	\$ 1.090,97	\$ 63,71	\$ 63,71	\$ 764,54	\$ 33,52	\$ 33,52	\$ 402,20					
Total de Gastos Financieros	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 1.650,00	115,42	115,42	\$ 1.385,06	\$ 90,91	\$ 90,91	\$ 1.090,97	\$ 63,71	\$ 63,71	\$ 764,54	\$ 33,52	\$ 33,52	\$ 402,20					
TOTAL DE GASTOS	\$ 2.856,30	\$ 2.655,12	\$ 201,18	\$ 34.275,58	\$ 3.005,84	2804,19	\$ 201,64	\$ 36.070,06	\$ 3.016,07	\$ 2.813,96	\$ 202,11	\$ 36.192,84	\$ 2.973,03	\$ 2.770,45	\$ 202,57	\$ 35.676,30	\$ 2.978,50	\$ 2.775,46	\$ 203,04	\$ 35.741,98

En el Estado de Resultado proyectado para el primer año se obtiene el valor de \$ 34.275,58 es el valor que se obtuvo luego de restar los ingresos totales originados por las ventas menos los gastos administrativos, financieros y de ventas. Así mismo se restó la participación a los trabajadores y el impuesto a la renta.

5.9. Evaluación financiera

a) Indicadores

a1) Valor actual neto

$$\begin{aligned}
 \text{VAN 1} &= \$ 64.650,17 + \frac{\$ 42.819,83}{(1 + 0,095)^1} + \frac{\$ 42.021,50}{(1 + 0,095)^2} + \frac{\$ 43.014,93}{(1 + 0,095)^3} + \frac{\$ 44.414,86}{(1 + 0,095)^4} + \frac{\$ 34.472,04}{(1 + 0,095)^5} \\
 \text{VAN 1} &= \$ 64.650,17 + \frac{\$ 42.819,83}{1,095} + \frac{\$ 42.021,50}{1,198237516} + \frac{\$ 43.014,93}{1,311639144} + \frac{\$ 44.414,86}{1,43577314} + \frac{\$ 34.472,04}{1,572} \\
 \text{VAN 1} &= \$ 64.650,17 + 39117,71388 + 35069,42545 + 32794,78734 + 30934,4583 + 21933,5906 \\
 \text{VAN 1} &= 95199,80
 \end{aligned}$$

Análisis técnico

El valor actual neto se calcula con la tasa de interés de 0,095 y da como resultado el valor de \$ 95.199,80. Se utilizó la inversión más los valores del flujo de caja.

Interpretación

El valor actual neto es un indicador financiero que demuestra la viabilidad o la factibilidad del proyecto de inversión, que se realizó con los ingresos y egresos descontado la inversión, el valor que queda es lo que representa la ganancia, por lo tanto es viable.

a2. Tasa interna de retorno

$$VAN = -I_0 + \sum \frac{Ft}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F3}{(1 + TIR)^3} + \frac{F4}{(1 + TIR)^4} + \frac{F5}{(1 + TIR)^5}$$

VAN 0=	\$ 64.650,17	\$ 42.819,83	\$ 42.021,50	\$ 43.014,93	\$ 44.414,86	\$ 34.472,04
		$(1 + 0,70)^1$	$(1 + 0,70)^2$	$(1 + 0,70)^3$	$(1 + 0,70)^4$	$(1 + 0,70)^5$
VAN 0=	\$ 64.650,17	\$ 42.819,8284	\$42.021,5012	\$43.014,9268	\$44.414,8644	\$ 34.472,04
		1,700010007	2,890034024	4,913086762	8,352296661	14,1989879
VAN 0=	\$ 64.650,17	25187,986062	14540,140659	8755,173455	5317,682812	2427,781658
VAN 0=	0,00					

Análisis técnico

La tasa interna de retorno es aquella tasa que hace que el valor actual neto se hace cero, por lo tanto, la tasa de interés que hace cero al valor actual neto es 70,00001007%.

Interpretación

El valor actual neto es un indicador financiero que demuestra la viabilidad o la factibilidad del proyecto de inversión, que se realizó con los ingresos y egresos descontado la inversión, este valor es con la segunda tasa de interés, el valor que queda es lo que representa la ganancia, por lo tanto, es viable también con la segunda tasa de interés.

a3). Beneficio costo

$$\frac{B}{C} = \frac{VAI}{VAC}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{\$ 165.544,81}{\$ 71.315,14}$$

$$\frac{B}{C} = \$ 2,32$$

Análisis técnico

El valor de \$2,32 es la relación del beneficio con el costo durante los años del proyecto.

Interpretación

Los beneficios son superiores a los costos, por lo tanto, las expectativas para este proyecto son buenas, por ser superior a 1, los costos van a ser cubiertos con los beneficios que se obtiene del proyecto.

a4). Periodo de recuperación

$$Payback = \frac{I_0}{F/5}$$

$$\begin{aligned} \text{Payback} &= \frac{\$ 64.650,17}{\frac{\$ 42.819,83 + \$ 42.021,50 + \$ 43.014,93 + \$ 44.414,86 + \$ 34.472,04}{5}} \\ \text{Payback} &= \frac{\$ 64.650,17}{\frac{\$ 206.743,16}{5}} \\ \text{Payback} &= \frac{64650,17}{41.348,63} \\ \text{Payback} &= 1,56 \end{aligned}$$

Análisis técnico

El periodo de recuperación de este plan de negocios es de 1,56 en el primer año se recupera la inversión, posteriormente se toman los decimales es decir 0,56 y se multiplica por 12 meses, dando el total de 6,72 significa 6 meses; para los días se toman los decimales 0,72 y se multiplica por 30 días, dando 22 días.

Payback= 1 año, 6 meses, 22 días.

b) Liquidez

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez} = \frac{\$ 12.300,17}{\$ 4.414,53}$$

$$\text{Liquidez} = 2,78$$

Análisis técnico

La liquidez significa que la relación de los activos corrientes como caja, bancos e inventario con respecto a los pasivos a corto plazo, cubren los valores de forma rápida.

c) Rentabilidad

$$Rentabilidad = \frac{Utilidad}{Inversión} \times 100$$

$$Rentabilidad = \frac{\$ 45.228,38}{\$ 64.650,17} \times 100$$

$$Rentabilidad = 69,96\%$$

Análisis técnico

La rentabilidad es la relación entre la utilidad y la inversión realizada, el porcentaje de 69,96% representa la capacidad de la empresa para obtener los beneficios derivados del negocio.

Interpretación

La rentabilidad es una relación entre los beneficios y la inversión que se realizó en el proyecto, con este dato, se pueden tomar las decisiones adecuadas, para mediano o largo plazo, en vista de que se puede analizar la utilidad y la inversi

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Constituyente del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Burke, J. F. (2014). Segmentación de mercados: la clave para el éxito en la promoción turística. *Papers de Turisme*, (3), 47-50.
- Center for Chemical Process Safet. (2020). *Conducción de las operaciones y disciplina operativa*. Brasil: Eitora Interciência Ltda. .
- Economía y Empresa . (2017). *El Modelo CANVAS*. s/n: Economía y Empresa 50 minutos.es.
- Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP. (12 de julio de 2020). *Requisitos para la obtención de permisos de Funcionamiento*. Obtenido de <https://www.embaep.gob.ec/requisitos-obtencion-permiso-de-funcionamiento/>
- Fernández, A. (2018). Málaga: IC Editorial.
- Fernández, A. (2018). *Planificación y gestión de la demanda*. Málaga: ic editorial.
- Flórez, J. (2015). *Proyecto de inversión para las PYME*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Fonnegra, G. (2019). *Programación y control para sistemas productivos y de servicios*. Medellín: Fondo Editorial ITM.
- Garritz, A., & Chamizo, J. (2001). *Tú y la Química*. México: Pearson Educación.
- Gil, Á. (2010). *Tratado de Nutrición*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Gonzabay, R. (2017). Cultivo del banano en el Ecuador. *AFESE*, 113-142.
- Heredia, C. (2020). *COMT040PO - Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial*. España: Editorial Elearning S.L.
- Horn, H. (2018). *Mercadotecnia al alcance de todos*. México: Grupo Rodrigo Porrúa S. A. de C.V.
- Insituto Ecuatoriano de Normalización. (Febrero de 2014). *Norma Técnica Eciatoriana*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu175750.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *15 Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento*. Obtenido de Información censal: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *3. Población y Tasas de crecimiento intercensal de 2010-2001-1990 por sexo según parroquias*. Obtenido de Tabulados censales:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Información Censal*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010 al 2019). Obtenido de Índice de producción de la industria manufacturera:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2019/Enero/BOLETIN_TECNICO_IPI-M_2019_01.pdf
- Ley de Compañías. (20 de Mayo de 2014). *Codificación de la Ley de Compañías*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Ley de empresas unipersonales. (17 de Enero de 2006). *Vlex, Información Jurídica Inteligente*. Obtenido de https://vlex.ec/vid/ley-27-ley-empresas-643461593?_ga=2.79855255.1473987861.1595793371-1524618658.1595793371
- Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. (17 de Enero de 2006). Obtenido de https://vlex.ec/vid/ley-27-ley-empresas-643461593?_ga=2.79855255.1473987861.1595793371-1524618658.1595793371
- Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. (17 de Enero de 2006). Obtenido de <https://vlex.ec/vid/ley-27-ley-empresas-643461593>
- Luna, J., & Güenaga, J. (2019). *Gestión de la Innovación empresarial: conceptos, modelos y sistemas*. Lima: Universidad Católica del Perú.
- Martín, M., & Díaz, E. (2018). *Fundamentos de Dirección de Operaciones en empresas de servicios*. Madrid: ESIC.
- Martínez. (2018). *Sistema de Información de Mercados*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Martínez, D., Silva, H., Gonzales, J., Giraldo, M., & Juliano, D. (2014). *Marketing Conceptos y Aplicaciones*. En M. Ortiz, *Marketing Conceptos y Aplicaciones* (pág. 185). Barranquilla : Universidad del Norte.
- Martínez, D., Silva, H., Gonzáles, J., Giraldo, M., & Juliano, D. (2014). *Marketing Conceptos y Aplicaciones*. En M. Ortiz, *Marketing Conceptos y Aplicaciones* (pág. 185). Barranquilla: Universidad del Norte.

- Martínez, D., Silva, H., Gonzáles, J., Giraldo, M., & Juliano, D. (2014). Marketing Conceptos y Aplicaciones. En M. Ortiz, *Marketing Conceptos y Aplicaciones* (pág. 185). Barranquilla: Universidad del Norte.
- McGraw Hill Editors. (2018). *Preparación para el Examen de GED, Segunda edición*. McGraw Hill Editors.
- Ministerio de Trabajo Decreto Ejecutivo 2393. (s.f.). *Registro Oficial 565 de 17-nov.-1986*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/DECRETO-EJECUTIVO-2393.-REGLAMENTO-DE-SEGURIDAD-Y-SALUD-DE-LOS-TRABAJADORES.pdf>
- Morell, D., Betancourt, J., & Acosta, A. (2018). Administración de Inventarios. *Técnica Administrativa*, s/n.
- Munera, J., & Rodríguez, A. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de la dirección*. Madrid: ESIC editorial.
- Munuera, J., & Rodríguez, A. (2016). Estrategías de Marketing, Un enfoque basado en el proceso de dirección. En J. Munuera, & A. Rodríguez, *Estrategías del Marketing, Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Programa mundial del censo agropecuario 2020*. Roma: +Colección FAO.
- Pérez, C. (2019). Efecto de la fertilización con tecnologías de nutrición semiorgánica aplicados en estado vegetativo del banano (Musa AAA), en la zona de Babahoyo. Babahoyo, Los Ríos, Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Portal único de trámites ciudadanos. (13 de julio de 2020). *Trámites*. Obtenido de https://www.gob.ec/dashboard/tramites-en-linea?name_1=Registro+sanitario&name=&sort_by=changed
- Rojas, A., & Morán, D. (2019). *La presión fiscal equivalente en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sánchez, A., Enríquez, L., Domínguez, A., Molina, A., & Domingo, E. (2017). *Medicamentos, productos sanitarios y protección del consumidor*. Madrid: Reus, S. A.
- Servicio de Rentas Internas SRI. (22 de julio de 2020). *RUC*. Obtenido de https://www.sri.gob.ec/web/guest/buscador?p_p_id=77&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_77_struts_action=%2Fjournal_content_search%2Fsearch

- Servicio nacional de derechos intelectuales. (12 de julio de 2020). *¿Cómo registro una marca?* Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Suárez, D. (2005). *Guía de Procesos para la elaboración de Harinas, Almidones, Hojuelas deshidratadas y compotas*. Bogotá: Ciencia y Tecnología.
- Urquizo, K. (2020). Obtención y caracterización funcional de harina y almidón de banano (*Musa acuminata* variedad Cavendish), a partir del rechazo obtenido de la industria bananera. Riobamba, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Urquizo, K. (2020). *OBTENCIÓN Y CARACTERIZACIÓN FUNCIONAL DE HARINA Y ALMIDÓN DE BANANO (Musa acuminata variedad Cavendish), A PARTIR DEL RECHAZO OBTENIDO DE LA INDUSTRIA BANANERA*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Valencia, R. (2020). El uso de la sal en la ciudad maya de Calakmul. *Estudios de Cultura Maya LV*, 11-40.

ANEXOS

Anexo 1.

Cuestionario

Pregunta 1. ¿Consume usted premezclas para tortas?

SI ()

NO ()

Pregunta 2. Al momento de la compra ¿Cuál es el aspecto que le interesa del producto?

Presentación del producto ()

Precio ()

Sabor ()

Facilidad de preparación ()

Pregunta 3. ¿Cuántas unidades compra de este producto al mes?

1 unidad ()

2 unidades ()

3 unidades ()

Pregunta 4. ¿Sería de su agrado que en el mercado se presente una premezcla de harina de plátano para tortas?

SI ()

NO ()

Pregunta 5. ¿Qué necesidad desea satisfacer con este producto?

Por conocer el nuevo producto ()

Por precio ()

Por probar su sabor ()

Pregunta 6. ¿Le agradaría que el producto de la premezcla de harina de plátano sea de cartón?

SI ()

NO ()

Pregunta 7. ¿Le gustaría que el producto sea de 432 gr?

SI ()

NO ()

Pregunta 8. ¿Cree que el precio de venta de este producto sea de 2,50?

SI ()

NO ()

Pregunta 9. De estos aspectos ¿Cuál de estos le beneficia?

- Es una mezcla nutritiva y saludable ()
- Contribuye a la dieta equilibrada ()
- Aporta energía a su organismo ()
- Tiene un alto contenido de vitaminas ()
- Su contenido es natural y le agrada su presentación ()

Pregunta 10 ¿Cuál ha sido su consumo habitual de premezclas?

- 1 unidad ()
- 2 unidades ()
- 3 unidades ()

Anexo 2.

Cálculo de la TMAR

Previo al cálculo del valor actual neto, se procedió a determinar las tasa de interés mínima de rendimiento en este caso se realizaron dos tasas, la primera con el porcentaje de 7,92% y la segunda tasa con el porcentaje de 9,46%. Estas dos tasas se van a reemplazar en la ecuación del valor actual neto.

Tabla 61.

TMAR 1

CÁLCULO DE LA TMAR	% PARTICIPACIÓN	TASA DE RENTABILIDAD	PROMEDIO PONDERADO
FONDOS PROPIOS	76,93	7%	5,38
FONDOS DE TERCEROS	23,07	11%	2,54
		TMAR 1	7,92

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Tabla 62.

TMAR 2

CÁLCULO DE LA TMAR	% PARTICIPACIÓN	TASA DE RENTABILIDAD	PROMEDIO PONDERADO
FONDOS PROPIOS	76,93	9%	6,92
FONDOS DE TERCEROS	23,07	11%	2,54
		TMAR 2	9,46

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo

Estas dos tasas de la TMAR sirven para decir que el proyecto es factible siempre y cuando la TIR salga superior a las tasas de 7,92% y 9,46%.

Anexo 3.

Tabla de amortización

Tabla 63.

Tabla de amortización

AÑOS	INTERÉS	VALOR DE LOS DIVIDENDOS	CAPITAL	VALOR DESPUÉS DEL PAGO
0				15000
1	1650	4058,55	2408,55	12591,45
2	1385,06	4058,55	2673,50	9917,95
3	1090,97	4058,55	2967,58	6950,37
4	764,54	4058,55	3294,01	3656,36
5	402,20	4058,55	3656,36	0,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo