



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA DE TESIS:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE HARINA DE BANANO ORGÁNICO EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”.**

Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

**AUTOR:**

**ROBERTO RIVADENEIRA VILLAVICENCIO**

**DIRECTORA:**

**ING. ELSYE COBO LITARDO MSc.**

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2015**

## **DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Rivadeneira Villavicencio Roberto Carlos declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**ROBERTO RIVADENEIRA VILLAVICENCIO**

**C.I. 120458513 - 5**

## **CERTIFICACIÓN**

La suscrita, **ING. ELSYE COBO LITARDO, MSc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el **Sr. ROBERTO RIVADENEIRA VILLAVICENCIO** realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE HARINA DE BANANO ORGÁNICO EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**ING. ELSYE COBO LITARDO MSc.**  
**DIRECTORA DE TESIS**



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **TEMA DE TESIS:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE HARINA DE BANANO ORGÁNICO EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”**

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

#### **Aprobado:**

---

ING. CESAR MUÑOZ HEREDIA, MSC.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

ING. EDGAR MUÑOZ MURILLO, MSC.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOME, MSC.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

**QUEVEDO –ECUADOR**

**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios, por guiarme por el sendero del bien y permitir así culminar con esta meta.

A mi Familia por su apoyo incondicional que día a día me brindaron, por la confianza que depositaron en mí.

A cada uno de los profesores que fueron parte fundamental para el logro de esta meta por impartir día a día sus sabias enseñanzas.

***Roberto***

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien guía mi caminar.

A mi madre Santa Villavicencio Sánchez y Esposa Lisseth Jaya Tutiven quienes han velado por mí apoyándome y brindándome todo su amor y dedicación.

***Roberto***

## INDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....</b>	<b>II</b>
<b>CERTIFICACIÓN.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>VI</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>VII</b>
<b>INDICE DE CUADROS.....</b>	<b>XII</b>
<b>INDICE DE GRAFICO .....</b>	<b>XIV</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>XV</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>XVI</b>
<b>CAPÍTULO I.MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción .....	2
1.2. Problematización .....	3
1.2.1. Diagnóstico .....	3
1.2.2. Pronóstico.....	4
1.2.3. Control del pronóstico .....	4
1.2.4. Formulación .....	4
1.2.5. Sistematización.....	4
1.2. Justificación .....	5
1.3. Objetivos.....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos.....	6
1.4. Hipótesis .....	7
1.4.1 General.....	7
1.4.2. Especificas.....	7
1.5. Variables.....	7
1.5.1. Variable Independiente .....	7

1.5.2. Variable Dependiente .....	7
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>8</b>
2.1. Fundamentación teórica .....	9
2.1.1. Factibilidad .....	9
2.1.2. Empresa.....	9
2.1.3. Banano orgánico .....	9
2.1.4. Harina de banano orgánico .....	10
2.1.5. Estudio de Mercado .....	10
2.1.5.1. Investigación de mercados .....	11
2.1.5.2. Producto .....	11
2.1.5.2.1. Clasificación de los productos .....	12
2.1.5.2.2. Presentación de productos .....	12
2.1.5.2.3. Diseño del producto.....	12
2.1.5.2.4. Definición de comportamiento de consumidor .....	13
2.1.5.2.5. Elemento principal: el consumidor .....	13
2.1.5.3. Demanda .....	13
2.1.5.3.1. Factores de que dependen la demanda .....	14
2.1.5.3.2. Proyección de la demanda .....	14
2.1.5.3.3. Elasticidad de la demanda.....	15
2.1.5.4. Oferta.....	15
2.1.5.4.1. Ley de la oferta .....	15
2.1.5.4.2. Elasticidad .....	16
2.1.5.4.3. Oferta Actual.....	16
2.1.5.4.4. Estrategia y fijación de precios .....	16
2.1.5.4.5. Análisis de los canales de distribución.....	16
2.1.5.4.6. Distribución del Producto .....	17
2.1.6. Estudio técnico .....	17
2.1.6.1. Localización.....	18
2.1.6.2. Localización óptima del proyecto.....	18
2.1.6.3. Tamaño del proyecto .....	18
2.1.6.4. El tamaño como una función del tiempo .....	18
2.1.6.5. El tamaño como una función de la operación en conjunto.....	18
2.1.6.6. Ingeniería del proyecto .....	19

2.1.6.7. El impacto ambiental.....	19
2.1.6.8. El proceso de Producción .....	20
2.1.7. Estudio Económico Financiero .....	20
2.1.7.1. Financiación del Proyecto.....	20
2.1.7.2. Flujo de Efectivo Neto del Proyecto .....	21
2.1.7.3. Inversiones de un Proyecto .....	21
2.1.7.4. Inversión Fija .....	21
2.1.7.5. Inversión Diferida.....	22
2.1.7.6. Presupuestos de ingresos y gastos .....	22
2.1.7.7. Costos de Fabricación .....	22
2.1.7.8. Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	22
2.1.7.9. Flujo de caja .....	23
2.1.7.10. Flujo neto .....	23
2.1.7.11. Financiamiento.....	24
2.1.7.12. Plan de amortización del crédito.....	24
2.1.8. Evaluación financiera.....	25
2.1.8.1. Balance general proyectado .....	25
2.1.8.2. Punto de equilibrio .....	25
2.1.8.3. Período de recuperación de la inversión (PRI) .....	26
2.1.8.4. Valor presente neto.....	26
2.1.8.5. Razón Beneficio Costo .....	26
2.1.8.6. Tasa Interna de Retorno .....	26
2.2. Fundamentación conceptual.....	27
2.2.1. Mercado y comercialización .....	27
2.2.2. Producto.....	27
2.2.3. Materia Prima .....	27
2.2.4. Demanda.....	28
2.2.5. Oferta .....	28
2.2.6. Costo de la oferta .....	28
2.2.7. Precio .....	29
2.2.8. Distribución.....	29
2.2.9. Estudio Técnico.....	29
2.2.10. Tamaño del Proyecto .....	30

2.2.11.	Ingeniería del proyecto .....	30
2.2.12.	Proceso de producción.....	30
2.2.13.	Evaluación Económica .....	31
2.2.14.	Inversión.....	31
2.2.15.	Amortización.....	31
2.2.16.	Costos en la formulación del proyecto .....	31
2.2.17.	Costos de Venta.....	32
2.2.18.	Costos fijos.....	32
2.2.19.	Costos Variables .....	32
2.2.20.	Capital disponible .....	32
2.2.21.	Punto de equilibrio.....	32
2.2.22.	Valor Presente Neto (VPN) .....	33
2.2.23.	Razón Beneficio Costo .....	33
2.2.24.	Tasa Interna de Retorno .....	33
2.3.	Fundamentación Legal .....	34
<b>CAPÍTULO III.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>35</b>
3.1.	Materiales y Métodos.....	36
3.1.1.	Materiales .....	36
3.1.2.	Métodos de Investigación .....	36
3.1.2.1.	Analítico .....	36
3.1.2.2.	Deductivo.....	36
3.1.2.3.	Inductivo .....	37
3.2.	Tipos de Investigación .....	37
3.2.1.	Investigación Bibliográfica .....	37
3.2.2.	Investigación Descriptiva .....	38
3.2.3.	Investigación de campo .....	38
3.2.4.	Investigación Analítica .....	38
3.3.	Diseño de la investigación .....	38
3.3.1.	Observación.....	38
3.3.2.	Encuestas .....	39
3.4.	Población .....	39
3.4.1.	Muestra.....	39

<b>CAPÍTULO IV.RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Resultados.....	42
4.1.1. Estudio de Mercado.....	42
4.1.1.1. Demanda .....	51
4.1.1.2. Demanda insatisfecha proyectada.....	54
4.1.2. Estudio técnico .....	54
4.1.2.1. Localización .....	54
4.1.2.2. Macro localización .....	54
4.1.2.3. Micro localización.....	55
4.1.2.4. Tamaño.....	55
4.1.2.5. Ingeniería del proyecto .....	55
4.1.2.6. Organigrama de la empresa .....	55
4.1.2.7. Marketing Mix .....	56
4.1.2.7.1. Producto, Precio .....	56
4.1.2.7.2. Plaza.....	56
4.1.2.7.3. Promoción.....	56
4.1.2.7.4. Publicidad .....	56
4.2.1.8. Proceso.....	57
4.2.1.9. Análisis y control.....	58
Muebles y Enseres .....	60
4.2.1.10. Análisis de género .....	60
4.2.1.11. Análisis ambiental.....	60
4.1.3. Estudio Económico .....	61
4.1.4. Evaluación financiera.....	67
4.2. Discusión .....	70
<b>CAPÍTULO IV.CONCLUSIÓNES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>72</b>
5.1. Conclusiones .....	73
5.2. Recomendación.....	74
<b>CAPÍTULO V.BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>75</b>
6.1. Bibliografía.....	76
<b>CAPÍTULO VI.ANEXOS .....</b>	<b>78</b>

## INDICE DE CUADROS

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
1. Consumo de tipos de harina o cereal .....	42
2. Motivo del consumo del producto .....	43
3. Forma de consumo .....	44
4. Frecuencia de Consumo.....	45
5. Lugar de adquisición del producto .....	46
6. Propiedades del banano .....	47
7. ¿Consumiría harina de banano orgánico producida en Quevedo? .....	48
8. Presentación de Harina de banano orgánico .....	49
9. Precio que le gustaría pagar.....	50
10. Demanda Actual .....	51
11. Mínimos cuadrados .....	51
12. Demanda Futura.....	51
13. Oferta actual .....	52
14. Mínimos cuadrados de oferta actual .....	52
15. Oferta Futura .....	52
16. Demanda Insatisfecha Actual .....	52
17. Demanda Insatisfecha Futura.....	53
18. Maquinarias y Equipos.....	59
19. Muebles y Enseres .....	60
20. Equipos de oficina .....	60
21. Inversión .....	61
22. Depreciación.....	62
24. Financiamiento .....	63
25. Tasa de interés y cuotas de crédito Bancario .....	63
26. Tabla de amortización.....	63
27. Gastos administrativos.....	65
28. Gastos generales.....	63
29. Gastos de ventas .....	64

31. Ingresos de ventas .....	66
32. Estado de resultados .....	66
33. TMAR o tasa de descuento .....	68
34. VAN y TIR.....	68

## INDICE DE GRÁFICO

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
1. Consumo de tipos de harina o cereal.....	42
2. Motivo del consumo del producto.....	43
3. Forma de consumo.....	44
4. Frecuencia de Consumo .....	45
5. Lugar de adquisición del producto.....	46
6. Propiedades del banano.....	47
7. ¿Consumiría harina de banano orgánico producida en Quevedo? .....	48
8. Presentación de Harina de banano orgánico .....	49
9. Precio que le gustaría pagar .....	50

## RESUMEN EJECUTIVO

La actual investigación está destinada a elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de harina de banano orgánico en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, y se analiza desde la contextualización del problema mediante un estudio de la situación actual de la problemática, se plantean los objetivos, se formulan hipótesis, y la debida justificación; luego se estructura y desarrolla el marco teórico mediante la fundamentación teórica, conceptual y legal, detallando las variables más relevantes de acuerdo a los objetivos planteados y que permitieron el desarrollo de la investigación; seguidamente detalla la metodología aplicada, partiendo desde la identificación de los métodos, tipos, técnicas, fuentes de información, determinación de población y la respectiva muestra.

Finalmente se presentan los resultados obtenidos, para los cual se realizó un estudio de mercado que ratificó que existe una necesidad insatisfecha sobre el consumo de harina de banano orgánico en el cantón Quevedo; el estudio técnico, mediante el cual se determinó el proceso de producción que debe seguir la empresa para elaborar el producto mediante la utilización de las materias primas, maquinarias, equipos, mano de obra, hasta el obtener el producto final; el estudio económico permitió demostrar la factibilidad de la inversión a través del estado de resultado, donde refleja superávit en el primer año de ejercicio de \$22.616.93 y durante los años de vida del proyecto; la evaluación financiera refleja indicadores económicos positivos mediante la aplicación del VAN POSITIVO 462.81096 y TIR.162%. Lo que da la seguridad de poder invertir en el presente proyecto; se concluye con la presentación d las conclusiones y las recomendaciones pertinentes. .

## SUMMARY

Current research is aimed at developing a feasibility study for the creation of a company dedicated to the production of organic banana flour in the canton Quevedo ,provincia de Los Ríos, and analyzed from the contextualization of the problem through a study of the current situation of the problem, objectives arise, assumptions are made and proper justification; then it is structured and develops the theoretical framework through theoretical, conceptual and legal basis, detailing the most relevant variables according to their objectives and that allowed the development of research; then details the methodology applied, starting from the identification of methods, types, techniques, sources of information, identification of population and the respective sample.

Finally the results are presented, for which a market study confirmed that there is an unmet need for flour consumption of organic bananas was performed in the canton Quevedo; technical survey, whereby the production process to be followed by the company to develop the product by the use of raw materials, machinery, equipment, labor, until the final product is determined; economic study allowed us to demonstrate the feasibility of investment through the income statement, on the firth year it is \$22.616.93which reflects surplus during the years of the project; financial assessment reflects positive economic indicators by applying the VAN POSSITIVE \$462.810.96 and TIR162%. What gives the confidence to invest in this project; it concludes with the presentation d conclusions and recommendations.

## DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION)

1	Titulo/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE HARINA DE BANANO ORGÁNICO EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”.
2	Creador/Creator	M	Roberto Rivadeneira Villavicencio
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial
4	Descripción /Decription	M	La presente investigación se realizó en la Ciudad de Quevedo
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales: Carrera de Gestión empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	Ninguno
7	Fecha/Date	M	31/08/2014
8	Tipo/Type	M	Proyecto de investigación
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.educ.ec">http://biblioteca.uteq.educ.ec</a>
11	Fuente/Source	O	Encuesta a los ofertantes
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Introducción**

El presente proyecto tiene la finalidad explotar el sector productivo de uno de los productos de mayor producción en la zona como es el Banano Orgánico, el cual mantiene un alto nivel de consumo en esta localidad, por ser un producto rico en proteínas y apto para niños y adultos.

El cantón Quevedo es un sector netamente agrícola y que mejor opción para explotar uno de los productos que se producen en este sector, se consideró el elaborar productos derivados del Banano Orgánico como materia prima, con esto se elevará el nivel productivo de los agricultores así como de la producción local por el mayor consumo.

Actualmente el nivel de producción de productos orgánicos en el Ecuador se ha ido incrementando sustancialmente en los últimos cinco años, aproximadamente 13% anual. Sin embargo, en el caso de la harina de banano orgánico crece en menor proporción debido a la siguiente problemática: la falta de conocimiento de los requerimientos regulatorios de exportación al mercado externo, la dificultad de financiamiento para la automatización y certificación orgánica de los productos que provengan de parcelas certificadas, la actual competencia, la crisis económica americana que repercute en todas las economías, entre otros.

Quevedo y los sectores aledaños será el mercado objetivo, la Distribución se realizará vía terrestre con un plan de distribución y canales que garanticen que el producto estará en el mercado sin problema alguno, y que el proyecto es económicamente factible.

El cantón Quevedo es un sector ampliamente comercial e industrial, por ello, se observó cuáles son los productos de mayor producción en el cantón así como los que están en pleno desarrollo, por su alta demanda, donde se puede conocer que en esta localidad existe un alto nivel de consumo de los derivados del plátano y Banano.

Las microempresas productoras de derivados del Banano Orgánico, facilitan el encuentro de la oferta y demanda de los productos, estos son adquiridos por una manera de elaboración especial y una buena presentación expuesta al comercio.

El consumo de estos productos alimenticios es muy importante en la actualidad ya que contribuye en mantener una buena salud, y los consumen todas las personas sean niños o adultos, recomendados por los nutricionistas.

La presente investigación examina las principales características de la producción y comercialización en origen del banano y sus derivados, que determinan la formación de valor en la cadena de distribución comercial de estos productos.

## **1.2. Problematización**

### **1.2.1. Diagnóstico**

Los consumidores acostumbran a adquirir productos o bebidas sin tomar en cuenta las normas sanitarias ni los componentes nutricionales del mismo, razón por la que la presente investigación tiene como objetivo incentivar el consumo alimenticio ofreciendo al mercado un producto nutricional como es la harina de banano orgánico elaborado por una empresa de Quevedo.

Los habitantes del cantón Quevedo tienen la cultura de consumir todo lo que se ofrece y adquieren los productos o bebidas sin tomar en cuenta las normas de calidad establecidas, por lo que se debe aprovechar la oportunidad a ofrecer el producto con un alto contenido nutricional y con un precio accesible para el mercado objetivo.

Al tener el cantón Quevedo un alto desarrollo agrícola se debe aprovechar el potencial productivo de banano orgánico materia prima fundamental para

cumplir con los objetivos de la investigación ofreciendo un producto no tradicional y que incidirá en la salud de los consumidores.

### **1.2.2. Pronóstico**

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de Harina de Banano Orgánico, tendrá mayor control sobre los aspectos de mercado, Producción y Comercialización para establecer el funcionamiento del proyecto, realizando un mejor desempeño de la empresa para lograr posicionamiento en el mercado.

### **1.2.3. Control del pronóstico**

La toma de decisiones fortalece las debilidades en la Producción al implementar la aplicación de herramientas y procedimientos en estas disciplinas.

### **1.2.4. Formulación**

¿De qué modo influye la elaboración de un Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora de Harina de Banano Orgánico en el cantón Quevedo, año 2014?

### **1.2.5. Sistematización**

¿Cómo obtener a través del estudio de mercado la información necesaria para la investigación?

¿Qué componentes posee el estudio técnico para realizar el proceso operativo de la planta?

¿Cómo el estudio económico permitirá demostrar la factibilidad de la inversión?

¿Qué indicadores financieros permitirán determinar la rentabilidad de la inversión?

## 1.2. Justificación

El cantón Quevedo presenta un desarrollo económico acelerado, siendo su principal actividad el sector agrícola con una variada producción desde frutas tropicales, palma africana, cacao, banano, etc., razón por la que se consideró elaborar un producto cuya materia prima es el banano orgánico el mismo que se produce en grandes cantidades.

El propósito de este trabajo es elaborar un proyecto, para el consumo masivo de los derivados del Banano Orgánico (Harina de Banano) el cual sea apto para diferentes edades y género, puesto que las condiciones climáticas y zonas de producción del banano permiten la comercialización en nuestro medio.

El cantón Quevedo requiere de un negocio que aplique el sistema de distribución en el que mejore las condiciones de oferta de productos como los derivados del Banano Orgánico (Harina de Banano) para que estén al alcance de la población

Con este antecedente, surge la oportunidad para la creación de una microempresa productora de Harina de Banano Orgánico, y sería la solución para cubrir la demanda del mercado de El cantón Quevedo; incrementar las fuentes de trabajo, contribuir con el crecimiento y desarrollo del cantón y sobre todo llenar las expectativas del mercado.

Día a día se presenta por parte de las personas en general la tendencia al consumo de alimentos de alto valor nutritivo y de fácil consumo, como lo es la Harina de Banano orgánico, que está inmersa en la dieta de toda persona para tener una mejor alimentación.

El montaje de una empresa Productora de Harina de Banano Orgánico en el cantón Quevedo se justifica socialmente por el beneficio que traerá a la región por medio de la generación de empleos directos e indirectos.

El estudio de factibilidad permitirá recomendar la creación de esta empresa que beneficiara a la economía y a la salud de la población ya que permite mejorar el nivel socioeconómico y por ende mejorar sus ingresos.

Por tales razones, este proyecto investigativo se justifica de manera factible, para brindar una alternativa nutritiva a las sociedades, lo que permitirá incrementar las plazas de trabajo, y también tener un desarrollo sostenible del mercado del cantón Quevedo.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de harina de banano orgánico en el cantón Quevedo, año 2014.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar la necesidad de consumo de harina de banano orgánico por parte de los consumidores.
- Establecer la viabilidad técnica de la empresa Productora de Harina de Banano Orgánico.
- Determinar la viabilidad económica sobre ingresos, egresos y utilidad de la inversión.
- Establecer la rentabilidad del proyecto

## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1 General**

A través del estudio de factibilidad se demostrará la viabilidad del proyecto.

### **1.4.2. Especificas**

- El diagnóstico de mercado permitirá obtener la información necesaria sobre la demanda insatisfecha de harina de banano orgánico en la ciudad de Quevedo
- El estudio técnico ayudará a identificar la maquinaria, los equipos, la infraestructura, mano de obra, materias prima entre otros que permitan el proceso operativo de la planta.
- El estudio financiero permitirá demostrar la factibilidad de la inversión analizando los ingresos, egresos y las utilidades netas de la inversión

## **1.5. Variables**

### **1.5.1. Variable Independiente**

Estudio de Factibilidad

### **1.5.2. Variable Dependiente**

Viabilidad del proyecto

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1. Fundamentación teórica**

### **2.1.1. Factibilidad**

**Según lo expuesto por Meza, (2010).**Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el analice que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cual serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

### **2.1.2. Empresa**

**Para Munch, (2010).**La empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, lo cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo, inversiones para lograr un determinado fin.

### **2.1.3. Banano orgánico**

**Según Bird, (2008).**El Banano Orgánico (*Musa paradisica* CV Cavendish) es una fruta de origen tropical, de forma oblonga; durante su desarrollo éstos se doblan geo trópicamente y según el peso, hace que el pedúnculo también se doble. Esta reacción determina la forma del racimo. Los plátanos son polimórficos, pudiendo contener de 5 a 20 manos, cada una con 2 a 20 frutos; siendo su color amarillo verdoso o amarillo.

El banano orgánico maduro es un alimento muy digestivo, pues favorece la secreción de jugos gástricos, por tanto es empleado en las dietas de personas afectadas por trastornos intestinales y en la de niños de corta edad. Tiene un elevado valor energético (1.1-2.7 kcal/100 g), siendo una importante fuente de vitaminas B y C, tanto como el tomate o la naranja. Numerosas son las sales minerales que contiene, entre ellas las de hierro, fósforo, potasio y calcio.

El banano no es un árbol, sino una megafobia, una hierba perenne de gran tamaño. Como las demás especies de Musa, carece de verdadero tronco. En su lugar, posee vainas foliares que se desarrollan formando estructuras llamadas pseudotallos, similares a fustes verticales de hasta 30 cm de diámetro basal que no son leñosos, y alcanzan los 7 m de altura.

Ecuador es esencialmente agrícola y esta actividad constituye la industria más generalizada del país. Su importancia hace relación tanto a los productos de consumo interno como a los de exportación. Debido al relieve y a los diferentes climas que posee nuestro territorio es rico en una infinidad de productos y en una gran variedad de los mismos.

#### **2.1.4. Harina de banano orgánico**

**Mediante lo expuestopor Bird, (2008).**La harina de banano, es un producto que posee vitaminas del complejo B, es muy rico en hidratos de carbono y sales minerales, constituyendo una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo.

#### **2.1.5. Estudio de Mercado**

**Para Cevallos, (2008).**Su objetivo básico es estimar la cantidad de productos y/o servicios que podría adquirir el mercado al cual se desea proveer de acuerdo con el proyecto de inversión. Las variables que se analizan y evalúan mediante el estudio de mercado son:

- Conocer las características de los productos y servicios que demanda el mercado.
- Identificar el mercado meta.
- Cuantificar la cantidad productos o servicios que se generan.
- Establecer el precio al que se debe vender el producto o servicio.
- Conocer la estación adecuada para generar los productos o servicios.

- Fijar el lugar idóneo de producción y venta de los productos y/o servicios.
- Diseñar los canales de distribución de los productos y/o servicios.
- Conocer las características de los competidores y de sus productos o servicios.

#### **2.1.5.1. Investigación de mercados**

**Según Van Den, (2010).**La investigación de mercados tiene como objetivo conocer los mercados actuales o potenciales de los productos o servicios que están en el mercado o la forma como el producto que se planea vender podría ser recibida por el público o los consumidores. Esta investigación se realiza mediante una serie de encuesta a personas escogidas de tal forma que sean representativas del mercado que se quiera investigar (denominado éste como universo), de tal forma que el acopio, registro, análisis e interpretación sirvan para conocer con bastante exactitud la reacción de los consumidores y el mercado que se captara, cuando salga el producto.

**Para Rivera, (2012).**El término de investigación de mercados se suele utilizar como sinónimos de investigación comercial, sin embargo este último es un concepto mucho más amplio dado que comprende la investigación de cualquier problema de marketing, independientemente de que se estudie o no un mercado. Es decir, son más amplios en el alcance y examinan todos los aspectos competitivos de una empresa.

#### **2.1.5.2. Producto**

**Para Rivera, (2012).**El producto es un conjunto de características. Estamos en la parte del objetivo, lo que el fabricante ha dedicado para su producto.

Las características que permiten describir el producto son de tres órdenes:

- Técnicas: se utilizan esencialmente para enunciar los componentes o prestaciones.
- Comerciales: usan la política comercial de la empresa (precio del producto, tipos de distribución, modalidades de posventa).
- Perceptuales: despiertan a nuestros sentidos (diseño del producto o de su envase, comunicación).

#### **2.1.5.2.1. Clasificación de los productos**

**Para Rivera, (2012).** Los productos han sido clasificados en categorías homogéneas de las cuales podemos extraer conclusiones sobre las motivaciones y comportamientos de los compradores.

Fundamentalmente distinguimos dos tipos de productos: los bienes, objetos físicos (una silla, un bolígrafo) y los servicios, prestaciones inmateriales (una clase, una plaza de cine). Por otra parte, son objeto de clasificaciones más detalladas partiendo especialmente de la distinción de su destino: entre productos industriales que entran en un ciclo de producción y productos de consumo final, destruidos por el consumidor final para su uso personal.

#### **2.1.5.2.2. Presentación de productos**

**Según Rivera, (2012).** Se conoce que 2/3 de las compras se realizan en menos de 10 segundos; sobre el lineal, por tanto, el producto debe convencer rápidamente. Esta seducción instantánea descansa sobre la notoriedad, sobre el mensaje de imagen que transmite, pasa por su forma, su color, su material, el sentido del nombre.

#### **2.1.5.2.3. Diseño del producto**

**Según Rivera, (2012).** El diseño da a los objetos una forma que integra los valores de uso del consumidor, sus necesidades estéticas, los límites técnicos y el coste de la industrialización. El diseño descansa sobre el análisis del valor.

El diseño es prácticamente el atributo más importante del producto a simple vista, ya que es el que le va a diferenciar del competidor en el aspecto físico. En la actualidad hay dos cosas por las que los clientes están dispuestos a pagar precios más altos: una, por la calidad y otra, por el diseño, es decir, que el producto sea bello.

#### **2.1.5.2.4. Definición de comportamiento de consumidor**

**Mediante lo expuesto por Rivera, (2012).**El concepto de comportamiento hace referencia a la actitud interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante bienes o servicios.

Si lo aplicamos al marketing, se puede definir el comportamiento de consumidor como el proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando buscan, evalúan, adquieren y usan o consumen bienes, servicios o ideas para satisfacer sus necesidades.

#### **2.1.5.2.5. Elemento principal: el consumidor**

**Mediante lo expuesto por Rivera, (2012).**Ciente y consumidor suelen considerarse como un término sinónimo. Sin embargo, a efectos del marketing es necesario diferenciarlos.

Consumidor: es quien consume el producto. Es la persona que recibe los beneficios de la compra.

#### **2.1.5.3. Demanda**

**Según Rivera, (2012).**La demanda se define como la calidad y la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total, o de mercado) en un momento determinado.

### **2.1.5.3.1. Factores de que dependen la demanda**

**Para Rivera, (2012).** Dado que en el comportamiento de la demanda intervienen varios factores, su estimación requiere no sólo reunir información de éstos, sino relacionarlos entre sí. Por tanto es necesario revisar cuáles son los factores que pueden influenciar la estimación de una demanda.

Estos factores son:

- Estructura de la demanda. Las ventas de la empresa pueden ser influenciadas por la definición de negocio y por una evaluación implícita de lo que harán los competidores. Por tanto, es necesario evaluar las variables estratégicas que pueden afectar a la previsión de las ventas.
- Modalidad de uso de los bienes. No es lo mismo hacer la previsión de un producto que se compra con mucha frecuencia y con escasa inversión de tiempo en su búsqueda, que la estimación de productos que son comprados cada cinco o diez años.
- Método de previsión. Todos los análisis anteriores van a variar por la técnica usada para recoger información y transformarla en previsión de ventas. No es igual usar un método estadístico que un método basado en el criterio subjetivo del jefe.

Ciclo de vida del producto. El grado y la velocidad de compra de un producto también pueden afectar la previsión de su compra. Si el producto aún es poco conocido o se le asocia alto riesgo, evidentemente será más difícil de predecir que un producto que lleva años en el mercado.

### **2.1.5.3.2. Proyección de la demanda**

**Para Córdoba, (2012).** La proyección de la demanda debe abarcar:

- El pronóstico de la demanda potencial para el bien o servicio
- La estimación de la oferta potencial

- Una estimación de grado de penetración del mercado que el proyecto propuesto puede alcanzar
- Las características de la demanda potencial durante cierto periodo

#### **2.1.5.3.3. Elasticidad de la demanda**

**Para Córdoba, (2013).**La elasticidad demanda-precio simplemente elasticidad de la demanda mide la variación relativa o porcentual que experimenta la cantidad demandada como consecuencia de una variación en el precio de un uno por ciento. En otras palabras, mide la intensidad con la que responden los compradores a una variación en el precio. La elasticidad de la demanda cruzada es la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien a los cambios en los precios de bienes económicos relacionados con él.

#### **2.1.5.4. Oferta**

**Según Sapag, (2008).**La determinación de la oferta suele ser compleja, por cuanto no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto del proyecto o la potencialidad real de la ampliación de la oferta, si no se conoce la capacidad instalada ociosa de la competencia o sus planes de expansión o los nuevos proyectos en curso.

El conocimiento de la oferta y su comportamiento en relación con el bien o servicio que el proyecto desea producir constituyen elementos de análisis imperativos en el proceso de evaluación de proyectos de inversión.

##### **2.1.5.4.1. Ley de la oferta**

**Mediante lo dicho por Córdoba, (2013).**La cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayores precios menores cantidades ofrecidas, a menores precios menores cantidades ofrecidas.

#### **2.1.5.4.2. Elasticidad**

**Según Miranda, (2012).**Uno de los instrumentos más socorridos por los analistas económicos es el de la elasticidad que se define como la relación de cambio entre cantidades demandadas ante cambios en el precio o los ingresos. Si, por ejemplo, se trata de cambios generados en las cantidades demandadas producidos por las alteraciones de precios, se habla de la elasticidad precio; si se trata de cambio en las cantidades demandadas como consecuencias de las variaciones en los ingresos, se hace referencia a la elasticidad ingreso.

#### **2.1.5.4.3. Oferta Actual**

**Para Morales, (2009).**Existe una serie de factores que determinan los niveles de producción de cada uno de los oferentes en un mercado determinado. Para obtener la oferta total de un mercado se suma la producción de cada uno de los oferentes individuales.

#### **2.1.5.4.4. Estrategia y fijación de precios**

**Según Marín, (2012).**Una parte esencial del marketing es la determinación del precio que pagaran los consumidores por nuestros productos o servicios. Es por esto que, aparte de la mención del precio en el apartado de marketing mix, la estrategia y fijación de precios forma un aparte esencial de cualquier plan de marketing, ya que todas las estrategias y planes de acción se quedarán en nada si el precio de los productos y servicios no se ajusta a la realidad del mercado y a la estructura de costes de la empresa.

#### **2.1.5.4.5. Análisis de los canales de distribución**

**Para Rivera, (2012).**La longitud del canal de distribución está relacionada con el número de intermediarios que lo forman. Así podemos distinguir entre tres tipos de canales de distribución distintos: ultracorto, corto y largo.

- Canal ultracorto: también se llama canal directo, y es aquel en el que no existe la intervención de intermediarios y el proceso de intercambio se produce directamente entre el productor y el consumidor.
- Canal corto: es aquel en el que sólo existe un intermediario entre el productor y el consumidor. Podría ser el caso de una empresa de productos del automóvil que vende éstos a través de una tienda específica directamente al consumidor.

#### **2.1.5.4.6. Distribución del Producto**

**Para Van Den, (2010).**Un canal de distribución es una serie de organizaciones interdependientes que transportan el producto o servicio desde el fabricante hasta el consumidor final, pueden ser mayorista, minorista, agentes exclusivos o distribuidores; algunos les ponen un valor agregado, les cambian el empaque o los re empacan en pequeñas cantidades, más accesibles a los consumidores, facilitando así su mercadeo.

#### **2.1.6. Estudio técnico**

**Mediante lo dicho por Córdoba, (2013).**Busca responder a las interrogantes básicos; ¿Cuándo, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa? así como diseñar la función de diseñar óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado sea este un bien o un servicio. Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de ventas y precio de venta, hay la necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Esto determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

#### **2.1.6.1. Localización**

**Para Meza, (2010).**En forma genérica, la localización de un proyecto se orienta en dos sentidos: hacia el mercado consumidor o hacia el mercado de insumos o materias primas, dependiendo de que se agregue o no volumen al producto.

#### **2.1.6.2. Localización óptima del proyecto**

**Según Baca, (2010).**Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

#### **2.1.6.3. Tamaño del proyecto**

**Para Meza, (2010).**Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo.

#### **2.1.6.4. El tamaño como una función del tiempo**

**De acuerdo a Arboleda, (2013).**Al considerar el tamaño como una función del tiempo es importante tener en cuenta que la estacionalidad en la disponibilidad y suministro de ciertas materias primas e insumos determina la utilización de la capacidad instalada. Es para estos períodos para los cuales se estima la capacidad de la planta y se espera que su operación sea máxima.

#### **2.1.6.5. El tamaño como una función de la operación en conjunto**

**Según Arboleda, (2013).**Al considerar la operación en conjunto es posible detectar aquellos puntos críticos o cuellos de botella que conlleven a la necesidad de establecer dos o más turnos en determinadas unidades de producción.

#### **2.1.6.6. Ingeniería del proyecto**

**Mediante Arboleda, (2013).**El ámbito del proyecto comprende no sólo el emplazamiento de la empresa sino también todas las actividades necesarias para abastecerse de insumos, entregar productos y proporcionar inversiones para infraestructura auxiliar. Los planes y diagramas funcionales y físicos propios de cada proyecto se constituyen en las principales herramientas para definir el ámbito del proyecto y demás aspectos relacionados con la ingeniería del mismo (tecnología, procesos, maquinaria y equipos, recursos humanos, edificaciones, etc.).

#### **2.1.6.7. El impacto ambiental**

**Para Arboleda, (2013).**Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración. Las condiciones ambientales están constituidas por el conjunto de elementos naturales o inducidos por el hombre que interactúan en un espacio y tiempo determinado; es decir, las condiciones del medio ambiente social que afectan al ser humano. La evaluación del impacto ambiental de un proyecto debe iniciarse con el diagnóstico ambiental de sus soluciones alternativas, con el fin de poder entregar a la autoridad ambiental la información que requiere para establecer desde el punto de vista ambiental cuál de las soluciones alternativas es la mejor y debe someterse a un estudio de impacto ambiental.

**Según Prieto, (2012).**Al hacer la evaluación social del proyecto se debe tener en cuenta las implicaciones del uso del medio ambiente y cuantificarlas para poder hallar el beneficio o costo que el proyecto tiene en el contexto de la economía nacional y sus ciudadanos.

#### **2.1.6.8. El proceso de Producción**

**De acuerdo Arboleda, (2013).**Según el tipo de producto, el proceso se clasificará en función de los bienes o servicios que se van a producir; por ejemplo, procesos extractivos, de transformación química, de montaje, de salud, transporte, etcétera. Muchas veces un mismo producto puede obtenerse utilizando más de un proceso productivo. Si así fuera, deberá analizarse cada una de las alternativas y determinarse la intensidad con que se utilizan los factores productivos. Esto definirá en gran medida el grado de automatización del proceso y, por ende, su estructura de costos.

#### **2.1.7. Estudio Económico Financiero**

**Según Morales, (2009).**El estudio económico permite sistematizar la información de carácter financiero que se determinó en el estudio de mercado y técnico realizado y que permite llegar a encontrar la factibilidad de la inversión; así mismo el estudio financiero identificar la rentabilidad y la viabilidad a través de la aplicación de indicadores como: el VAN, TIR y RBC. Por medio del estudio financiero se genera la información financiera y se calcula la rentabilidad del proyecto con base en las utilidades que posiblemente generará y el monto de la inversión.

##### **2.1.7.1. Financiación del Proyecto**

**Mediante lo expuesto por Arboleda, (2013).**Para llevar a cabo un proyecto es indispensable establecer cómo será financiado y cómo se estructurará la entidad responsable de su ejecución. Los estudios de pre-inversión no son muy útiles si no están apoyados por seguridad razonables de que, siempre que las conclusiones del estudio sean positivas y satisfactorias, se habrá de proporcionar recursos para el proyecto.

### **2.1.7.2. Flujo de Efectivo Neto del Proyecto**

**Según Arboleda, (2013).**Esta información se puede traducir en un diagrama que comúnmente se denomina diagrama de flujo de efectivo neto, o simplemente diagrama de flujo. Su elaboración se supone que las entradas y salidas de efectivo ocurren al final del periodo.

### **2.1.7.3. Inversiones de un Proyecto**

**Para Arboleda, (2013).**A través del estudio de los diferentes aspectos del proyecto se obtiene información sobre las diferentes características y el valor monetario de los distintos rubros que constituyen inversión. El objetivo ahora es mostrar la forma de ordenarlos sistemáticamente hasta obtener el valor de la cuantía total de las inversiones de un proyecto. Además busca mostrara las diferencias existentes entre inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos e inversión en capital de trabajo.

### **2.1.7.4. Inversión Fija**

**De acuerdo Arboleda, (2013).**Dentro de las inversiones fijas se incluyen las siguientes:

- Valor de los terrenos para la instalación.
- Valor de la preparación y acondicionamiento del emplazamiento.
- Valor de los edificios y obra de ingeniería civil.
- Valor de los recursos naturales que se compran una vez.
- Valor de la maquinaria y equipo de planta.
- Valor de la instalación de los equipos.
- Valor de los vehículos.
- Valor de los muebles y enseres.
- Valor de ciertos activos fijos incorporados, tales como patentes, derechos de autor y similares.

#### **2.1.7.5. Inversión Diferida**

**Mediante lo indicado por Prieto, (2012).**La inversión diferida está relacionada con los bienes intangibles necesarios para el movimiento de la empresa entre otros gastos de constitución, patentes, razón social, etc.

#### **2.1.7.6. Presupuestos de ingresos y gastos**

**Según Prieto, (2012).**El presupuesto de ingreso está dado por los dineros que se espera recibir por el producto o la prestación de servicio del proyecto. Así, una vez terminado el programa de producción y el cálculo de las ventas se obtienen los datos necesarios para elaborar el punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias, informes de resultados y definir nuestra capacidad de pago en combinación con los costos de producción a saber: costo de fabricación, costo generales de administración, costos de generales de venta y costos financieros.

#### **2.1.7.7. Costos de Fabricación**

**Para Flores, (2012).**Los costos de fabricación lo constituyen la materia prima consumida y la mano de obra directa, con sus respectivas prestaciones de servicios que se puedan pagar en la fabricación de los productos, ya sea mediante la modalidad de maquila o de outsourcing.

#### **2.1.7.8. Estado de pérdidas y ganancias proyectado**

**Según Arboleda, (2013).**Después de elaborar el estado de pérdidas y ganancias, esperados en cada uno de los años de la fase operacional del proyecto, se tendrá conocimiento de la siguiente información, necesaria para la elaboración de los otros estados financieras:

- Valor de los impuestos esperados en cada uno de los años de la fase operacional del proyecto.

- Valor de las reservas en cada de los años de la fase operacional del proyecto.

Para poder elaborar el estado de pérdidas y ganancias se debe conocer, para cada uno de los años del proyecto, la siguiente información:

- Los ingresos por concepto de ventas.
- Otros ingresos como rendimientos financieros, arrendamientos y participaciones.
- Costo de operación como costo de ventas, materiales e insumos, mano de obra directa, gastos generales de fabricación, depreciación.

#### **2.1.7.9. Flujo de caja**

**Según Flores, (2012).**El flujo de caja utilizado en la proyección financiera compila los conceptos de flujos de caja operativo, financiero y del inversionista. Los rubros que se incluyen son los que tienen movimiento al proyectar cifras del estado de resultado o del balance general. Su estructura se inicia cuando se constituye la sociedad y se aportan los recursos, ya sean en efectivo, en activos fijos o en otra modalidad definida por los socios. En esta inversión se realizan los desembolsos de distinta índole para dejar listo el plan de negocios para iniciar operación. Por lo consiguiente el flujo de caja refleja las entradas y salidas de dinero hasta el día antes de iniciar operaciones, este periodo se conoce como el flujo de caja inicial o el periodo cero.

#### **2.1.7.10. Flujo neto**

**Para Córdoba, (2013).**El flujo neto establece los ingresos reales del proyecto, ya que en la utilidad neta que resulta del estado de pérdidas y ganancias se debe tener en cuenta que se han hecho unos egresos como la depreciación de activos fijos y la amortización de activos diferidos, que no implican la salida de efectivo de caja, los cuales se deben adicionar, para conocer la real situación

de los ingresos del proyecto, a partir de los cuales se puede hacer su evaluación financiera.

#### **2.1.7.11. Financiamiento**

**Según Arboleda, (2013).**Al entrar a definir las fuentes de financiación de un proyecto es conveniente tener en cuenta las siguientes dos observaciones:

- En muchos proyectos las inversiones fijas y los gastos operativos se financian con recursos propios y con créditos a largo plazo, y de capital de trabajo con préstamos bancarios a corto plazo o con crédito a proveedores.
- Debe existir un equilibrio entre capital social y los créditos a largo plazo.

#### **2.1.7.12. Plan de amortización del crédito**

**Para Córdoba, (2013).**Permite establecer los momentos y el monto de los desembolsos para el pago de la obligación, de acuerdo con las condiciones establecidas en su contratación.

**Según Arboleda, (2013).**A cada uno de los créditos previsto dentro de la financiación del proyecto se la debe establecer el correspondiente plan de amortización, sobre la base de la siguiente información:

- El valor de la obligación o deuda.
- El plazo.
- La tasa de interés periódica.
- El valor de las comisiones.
- Forma de pago pactadas.

### **2.1.8. Evaluación financiera**

**Para Córdoba, (2013).**Es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. Con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, se debe presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros, ganancias y pérdidas flujo de caja para planificación de la inversión. Las proyecciones pueden realizarse a precio constantes y/o corrientes, para las ultimas deben establecerse y justificarse previamente las hipótesis asumidas para la escala interna de precios en los diversos componentes de inversión, costos e ingresos.

#### **2.1.8.1. Balance general proyectado**

**Según Arboleda, (2013).**Cuando el plan de negocios da origen a una organización empresarial, se debe disponer de la información suficiente que permita elaborar el balance de iniciación. Si el proyecto corresponde a una empresa en marcha, se incluirá como balance de iniciación, el correspondiente al mismo periodo contable, antes de iniciar el nuevo plan de negocio. También sirve como base para entregar las proyecciones financieras las operaciones que se espera realice el proyecto y debe corresponder al día anterior de las operaciones de la empresa.

#### **2.1.8.2. Punto de equilibrio**

**Para Arboleda, (2013).**Este punto también se denomina umbral de rentabilidad. El punto de equilibrio se puede definir también en término de unidades físicas producidas, o de nivel de utilización de la capacidad en el cual son iguales los ingresos por conceptos de ventas y los costos de operación y de financiación.

### **2.1.8.3. Período de recuperación de la inversión (PRI)**

**Para Córdoba, (2013).**Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital que quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada es igual al periodo de recuperación.

### **2.1.8.4. Valor presente neto**

**Según Miranda, (2012).**El valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos.

### **2.1.8.5. Razón Beneficio Costo**

**Según Córdoba, (2013).**La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos, en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto.

### **2.1.8.6. Tasa Interna de Retorno**

**De acuerdo a Miranda (2012).**La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa de interés que permite obtener un VPN= 0.

## **2.2. Fundamentación conceptual**

### **2.2.1. Mercado y comercialización**

**Para Arboleda, (2013).**El objetivo de este componente del proyecto es estimar la cuantía de los bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad de producción de la comunidad o los clientes estarían dispuestos a adquirir a determinados precios. Se entiende como mercado: al área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único y comercialización; lo relativo al movimiento de bienes entre productores y usuarios. La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir y cuanto vamos a producir es decir de qué diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.

### **2.2.2. Producto**

**Según Arboleda, (2013).**En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo.

**De acuerdo a Rivera, (2012).**Un producto es un grupo de atributos físicos tangibles que se reúnen en una forma identificable. Los consumidores no quieren comprar producto sino soluciones a problemas y por ello se incluyen el termino general bienes tangibles, servicios, lugares, personas e ideas.

### **2.2.3. Materia Prima**

**Según García, (2012).**Establecemos las necesidades de materia prima que se requiere; todos aquellos elementos, partes, insumos o substancia de las que está compuesto el producto a ser producido por la empresa.

Tomando en cuenta los datos del mercado determinaremos las cantidades a utilizarse por el volumen de producción y/o periodo de tiempo.

**Mediante Córdoba, (2013).**Se debe hacer una descripción detallada de los insumos principales y secundarios: nombre, unidad de medida, cantidad necesaria, calidad mínima exigida, proveedores, precios y disponibilidad, teniendo en cuenta la calidad de los productos que se van a fabricar, la tecnología que se utilizara y el tipo de maquinaria.

#### **2.2.4. Demanda**

**Para Córdoba, (2013).**La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado) en un mercado determinado.

**Según Miranda, (2012).**Es una relación de causalidad que liga al precio de un bien con su cantidad demandada, y también con otras variables que afectan a su comportamiento.

#### **2.2.5. Oferta**

**Según Arboleda, (2013).**Se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto.

**De acuerdo a Miranda, (2012).**El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en el futuro, las demandas y las necesidades en la comunidad.

#### **2.2.6. Costo de la oferta**

**Según Morales, (2009).**Cuando se analiza la oferta se deben incluir los costos de producción, es decir cuánto cuesta fabricar los productos. Los renglones que integran este costo son:

- **Costos fijos.** Son los que no cambian aunque se modifiquen los volúmenes de producción.
- **Costos variables.** Son los que cambian ante diferentes volúmenes de producción.
- **Costo total.** Es la suma de los costos fijos y los variables.
- **Costo marginal.** Es lo que cuesta al oferente producir una unidad más de producto, a partir de los márgenes existentes de operación, de donde surge su nombre de costo marginal.

### 2.2.7. Precio

**Mediante, Córdoba, (2013).** Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien.

**Según Sapag, (2008).** El precio es quizás el elemento más importante de la estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que este será, en último término, el que defina el nivel de los ingresos.

### 2.2.8. Distribución

**Para García, (2012).** Los canales de distribución son las rutas, las calles, los diferentes caminos posibles por que puede optar un empresario para llegar a su segmento objetivo.

### 2.2.9. Estudio Técnico

**Para Córdoba, (2013).** Busca responder a las interrogantes básicas; ¿Cuándo, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa? así como diseñar la función de diseñar óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado sea este un bien o un servicio. Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características

del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de ventas y precio de venta, hay la necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Esto determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

**Mediante lo expuesto por Sapag, (2008).**El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

#### **2.2.10. Tamaño del Proyecto**

**Según Córdoba, (2013).**El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

#### **2.2.11. Ingeniería del proyecto**

**Según Meza, (2010).**El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producción. Este estudio no se realiza en forma aislada del resto de los estudio del proyecto.

#### **2.2.12. Proceso de producción**

**Para Meza, (2010).**En este proceso determina la forma como una serie de insumos (materia prima) se transforman en productos terminados mediante la

aplicación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria y equipos, y procedimientos de operación.

### **2.2.13. Evaluación Económica**

**Mediante lo expuesto por Arboleda, (2013).**Es una herramienta para analizar la contribución de un proyecto al bienestar nacional, teniendo en cuenta el objetivo de eficiencia.

### **2.2.14. Inversión**

**De acuerdo a Morales, (2009).**Es común designar como inversión al proceso cuyo objetivo es reunir y proponer en acción todos los elementos para que el proyecto de inversión comience a generar los productos o servicios planteados en el nivel de proyecto. Entre las principales actividades se encuentra la obtención del financiamiento respectivo.

### **2.2.15. Amortización**

**Para Arboleda, (2013).**Es una deducción a que tienen derecho los contribuyentes que al fundar, instalar o ampliar una empresa industrial o agropecuaria, efectúan gastos directos o indirectos constituidos de inversiones necesarias con fines de ganancias.

### **2.2.16. Costos en la formulación del proyecto**

**Según Prieto, (2012).**Cuando nace la idea del proyecto, el costo es relativamente bajo pero en la medida que se avanza sus fases este se va incrementando en el tiempo de tal manera que, al llegar la etapa de factibilidad el costo es mucho mayor del que se había previsto inicialmente, es decir, que en la etapas preliminares de la formulación el proyecto tiene un costo menor en comparación al momento de iniciarse su ejecución.

### **2.2.17. Costos de Venta**

**De acuerdo a Flores, (2012).** Valor de adquisición o producción de los bienes vendidos por el ente económico. En empresas comerciales está constituido por el precio de adquisición de mercancías no fabricadas por la empresa, mientras que en organizaciones industriales por el costos de producción.

### **2.2.18. Costos fijos**

**Según Arboleda, (2013).** Son aquellos cuya magnitud no dependen del volumen total de producción ni del nivel de utilización de un proceso o servicio dado.

### **2.2.19. Costos Variables**

**Para Arboleda, (2013).** Son aquellos que dependen del nivel de producción, y no necesariamente en forma proporcional.

### **2.2.20. Capital disponible**

**Mediante lo enunciado por Córdoba, (2013).** Se ha enfatizado en la necesidad de justificar la capacidad financiera de los inversionistas; de este modo, en vista de que el cronograma de inversiones se hace una discriminación clara de las necesidades totales del capital, se cita el capital disponible de los inversionistas, el cual limita en gran medida el desarrollo del proyecto.

### **2.2.21. Punto de equilibrio**

**Según Flores, (2012).** Cuando se trabaja con un solo producto se hace sencillo su cálculo y se puede identificar el número mínimo de unidades a vender para no ganar ni perder dinero.

### **2.2.22. Valor Presente Neto (VPN)**

**Mientras Meza, (2010).**El VPN es un indicador que compara los ingresos con los egresos en una misma fecha.

**Para Arboleda, (2013).**El valor presente neto de un proyecto, a una tasa de interés  $i$ , es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos netos, a una tasa de interés  $i$ , menos la sumatoria del valor presente de los egresos netos, a una tasa de interés.

### **2.2.23. Razón Beneficio Costo**

**Mediante lo expuesto por Córdoba, (2013).**La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos, en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto.

### **2.2.24. Tasa Interna de Retorno**

**Según Arboleda, (2013).**La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero (0). La TIR, también denominada tasa interna de rendimiento, es la más adecuada de la rentabilidad de un proyecto.

**Según Mesa, (2010).**La TIR indica hasta cuánto podría el inversionista A aumentar su rendimiento exigido; para ello se busca aquella tasa que haga el  $VPN=0$ .

## 2.3. Fundamentación Legal

([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)) Para constituir una empresa se tendrá:

- ✓ Que registrara el nombre de nuestra empresa en el balcón de servicio de Superintendencia de Compañías
- ✓ Se deberá elaborar los estatutos mediante un contrato a través de una minuta firmada por un abogado.
- ✓ Se tendrá que abrir una cuenta en cualquier banco del país de integración de capital. El capital mínimo \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.
- ✓ Se deberá elevar la escritura pública ante un notario.
- ✓ Una vez hecho este paso se deberá llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- ✓ Se deberá obtener los permisos municipales para ellos se deberá pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- ✓ Con dicha documentación se deberá acercarse al registro mercantil del cantón donde se ha constituido la empresa, en la superintendencia de compañías se entregara la documentación para la apertura del RUC de la empresa.
- ✓ En el SRI se obtendrá el RUC presentado la siguiente documentación:
  - El formulario correspondiente
  - Original y copia de constitución
  - Original y copia de los nombramientos
  - Copia de cedula y papeleta de votación de cada uno de los socios

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. Materiales y Métodos**

### **3.1.1. Materiales**

- Pen Drive
- Copias
- Lápiz
- Borrador
- Resmas de hojas de papel tamaño A4

### **Equipos:**

- Computadora
- Impresora Multifunción
- Internet (horas)
- Cámara Fotográfica

### **3.1.2. Métodos de Investigación**

#### **3.1.2.1. Analítico**

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este a su vez permitió realizar en el presente proyecto el análisis estratégico aplicando como instrumento encuestas, entrevistas y observación, a la población de la ciudad de Quevedo, además se analizará la inversión, costos fijos y costos variables.

#### **3.1.2.2. Deductivo**

En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos. Este método se utilizó el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general.

### **3.1.2.3. Inductivo**

El Método inductivo, cuando se emplea como instrumento de trabajo, es un procedimiento en el que, comenzando por los datos, se acaba llegando a la teoría. Por tanto, se asciende de lo particular a lo general. Se realizó un estudio general del todo el proceso funcional, productivo y administrativo de la empresa productora de harina de banano orgánico, se obtuvo información por medio de la observación y las encuestas que servirán para la elaboración del proyecto y establecer conclusiones.

### **3.1.2.4. Sintético**

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. Permitted utilizar el razonamiento que tiene a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis

## **3.2. Tipos de Investigación**

### **3.2.1. Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes. Es la etapa de la investigación científica donde se exploró todas las fuentes escritas sobre un determinado tema o problema.

### **3.2.2. Investigación Descriptiva**

La Investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. Este tipo de investigación contribuyó en el análisis del impacto que genera la empresa.

### **3.2.3. Investigación de campo**

La investigación científica es el proceso de análisis y comprensión de una de una realidad y los problemas que en ella hay. Se trata de la investigación para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabajo en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas.

### **3.2.4. Investigación Analítica**

La investigación analítica es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Es el proceso más complejo que la investigación descriptiva y consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y control.

## **3.3. Diseño de la investigación**

### **3.3.1. Observación**

Ésta técnica fue empleada para obtener información directa y señalarla por escrito, permitiendo observar los elementos requeridos para implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de banano orgánico.

### 3.3.2. Encuestas

Permitió obtener información aplicando un cuestionario a los habitantes del cantón Quevedo, será impersonal porque el cuestionario no llevará el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos para esta investigación.

### 3.4. Población

La población para esta investigación proporcionada por el INEC es de 173.575 habitantes en el Cantón Quevedo, según último censo realizado por el INEC; pero para la investigación se considera a las familias en un número de 4 miembros lo que da 43375.

#### 3.4.1. Muestra

Una vez conocido el segmento de estudio, se requiere determinar a cuántas personas se deben encuestar para lo cual se la describe de la siguiente fórmula.

#### Simbología:

n = tamaño de la muestra

PQ= constancia de la varianza de población (0.25)

E = error máximo admisible 5% (0.05)

K = coeficiente de corrección del error (2)

N = población

Formula

$$n = \frac{PQ \cdot N}{\frac{(N - 1)E^2 + PQ}{K^2}}$$

$$n = \frac{0.25 * 173575}{\frac{(173575 - 1)0.0025 + 0.25}{4}}$$

$$n = \frac{43396.25}{\frac{43829.96}{4}}$$

$$n = \frac{43396.25}{109.57490}$$

$$.n = 396$$

Como resultado tenemos que se realizarán 396 encuestas.

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

## 4.1. Resultados

### 4.1.1. Estudio de Mercado

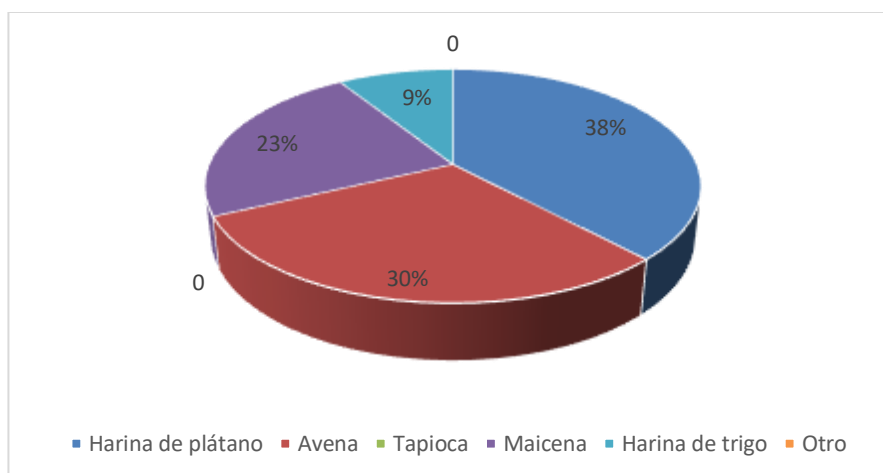
1.- ¿Consume usted algún tipo de harina y/o cereal como complemento nutricional dentro de su dieta diaria?

**Cuadro 1. Consumo de tipos de harina o cereal**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
harina de plátano	150	38%
Avena	120	30%
Tapioca	0	0%
Maicena	90	23%
harina de trigo	36	9%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 1. Consumo de tipos de harina o cereal**

### Análisis e Interpretación

De acuerdo a este grafico se puede determinar que un 38% que consume algún complemento nutricional dentro de su dieta diaria como es la harina de

plátano, seguido de la avena con el 30%, con el 23% la maicena, mientras que por último con el 9% la harina de trigo.

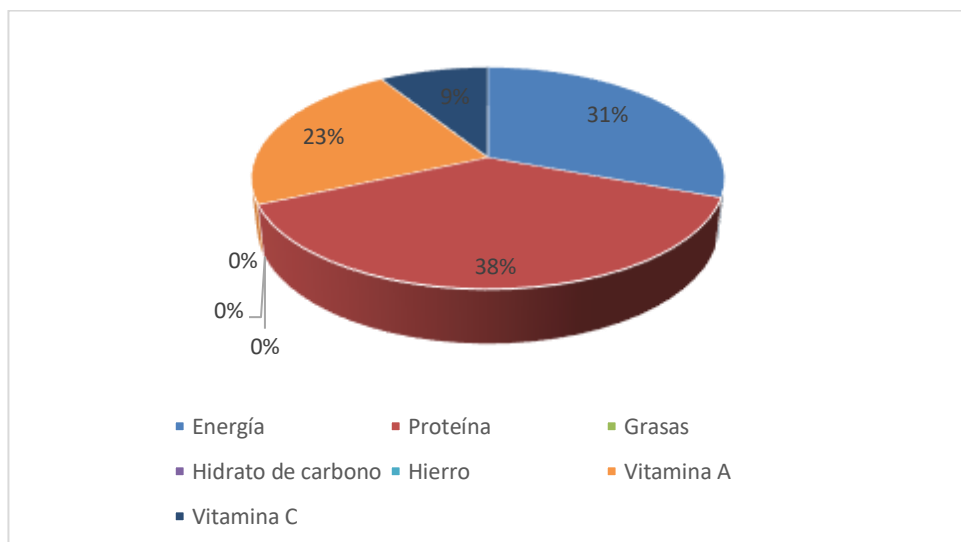
## 2.- ¿Cuál es el motivo por el que consume este(os) producto(s)?

**Cuadro 2. Motivo del consumo del producto**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Energía	120	31%
Proteína	150	38%
Grasas	0	0%
Hidrato de carbono	0	0%
Hierro	0	0%
Vitamina A	89	23%
Vitamina C	37	9%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 2. Motivo del consumo del producto**

### Análisis e Interpretación

Este gráfico 2 se observa los siguientes resultados: El 38% indica que los encuestados consumen este producto por la proteína que posee, seguido con

el 30% por la energía, 23% por las vitaminas A que posee y por último, 9% de la vitamina B.

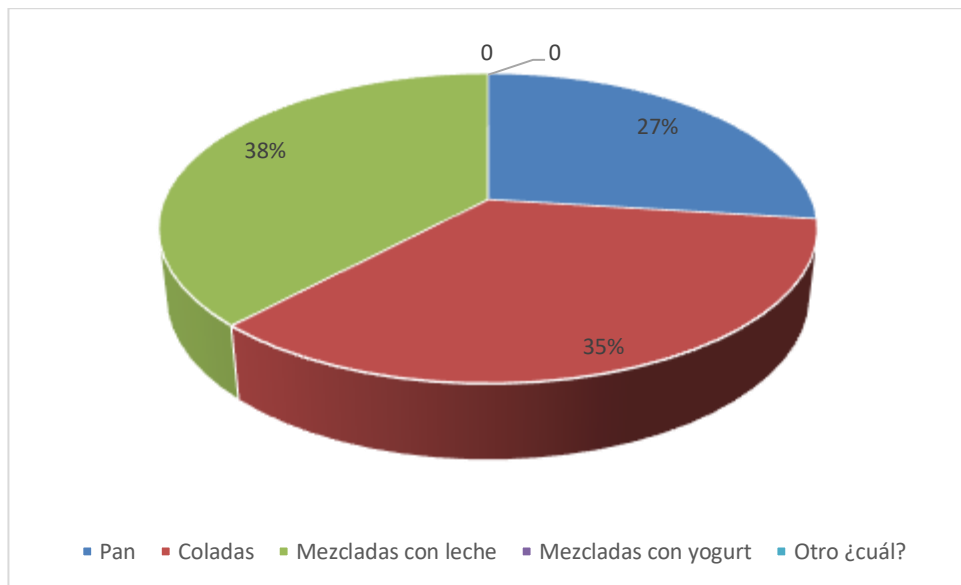
### 3.- ¿Cómo lo(s) consume?

**Cuadro 3. Forma de consumo**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Pan	107	27%
Coladas	139	35%
Mezcladas con leche	150	38%
Mezcladas con yogurt	0	0%
Otro ¿cuál?	0	0%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 3. Forma de consumo**

### Análisis e Interpretación

El gráfico 3 manifiesta que el 38% de las personas encuestadas consumen el producto mezcladas con leche mientras que el 35% en coladas y el 27% con pan.

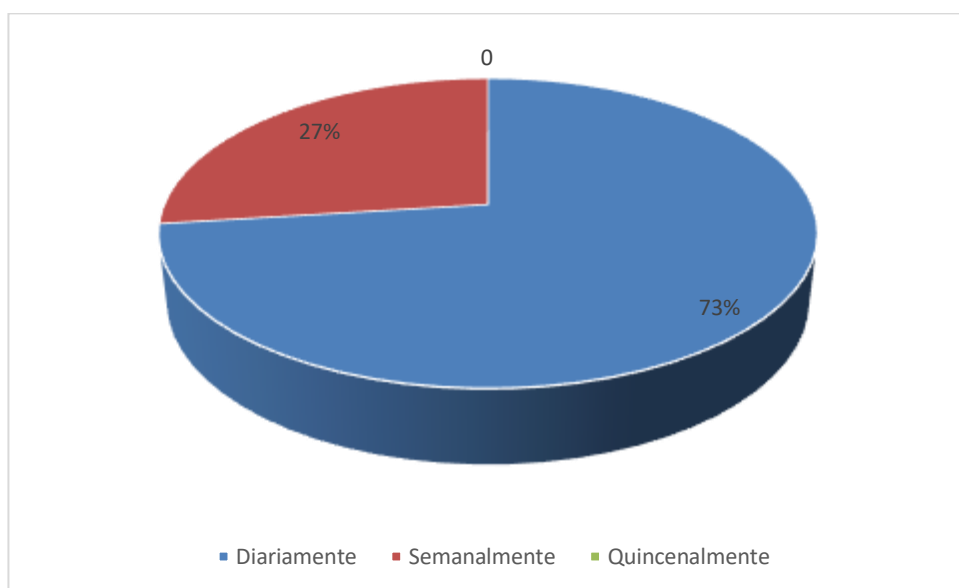
#### 4.- ¿Cuál es la frecuencia de consumo?

**Cuadro 4. Frecuencia de Consumo.**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Diariamente	289	73%
Semanalmente	107	27%
Quincenalmente	0	0%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 4. Frecuencia de Consumo**

#### **Análisis e Interpretación**

Como se puede observar en el gráfico 4 el 73% de las personas encuestadas menciona que consume el producto diariamente; mientras que el 27% lo hacen semanalmente.

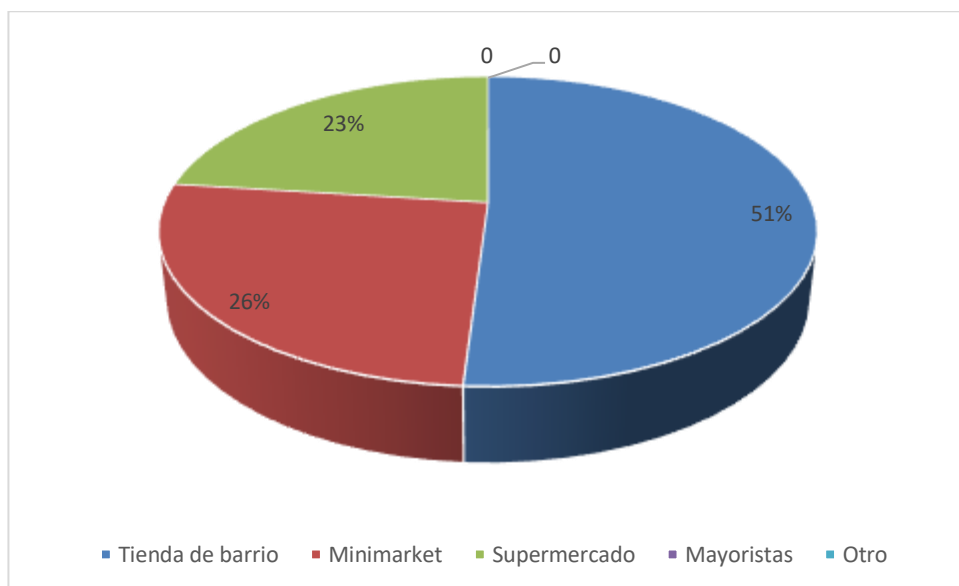
## 5.- ¿Dónde adquiere el producto?

**Cuadro 5. Lugar de adquisición del producto**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Tienda de barrio	200	51%
Minimarket	100	26%
Supermercado	96	23%
Mayoristas	0	0%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 5. Lugar de adquisición del producto**

### Análisis e Interpretación

De los resultados obtenidos en las encuestas se puede evidenciar que el 51% de las personas encuestadas adquieren el producto mayoritariamente en las tiendas de barrio, el 26% en los minimarket y finalmente con un 23% en los supermercados.

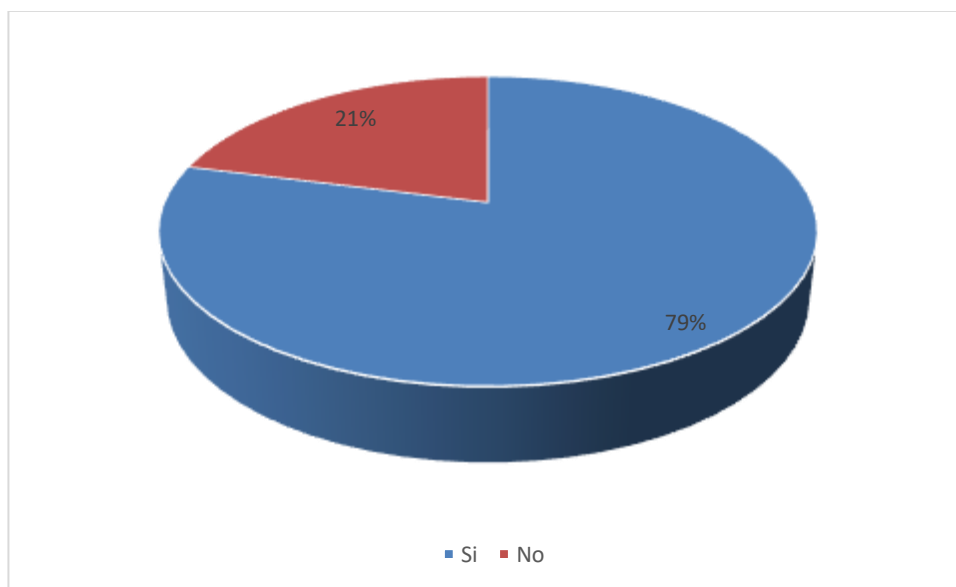
## 6.- ¿Conoce usted las propiedades nutricionales del banano?

**Cuadro 6. Propiedades del banano**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	309	79%
No	87	21%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 6. Propiedades del banano**

### **Análisis e Interpretación**

Este gráfico muestra que el 79% de las personas encuestadas si conocen las propiedades nutricionales del banano seguido del 21% el mencionan que no conocen nada al respecto.

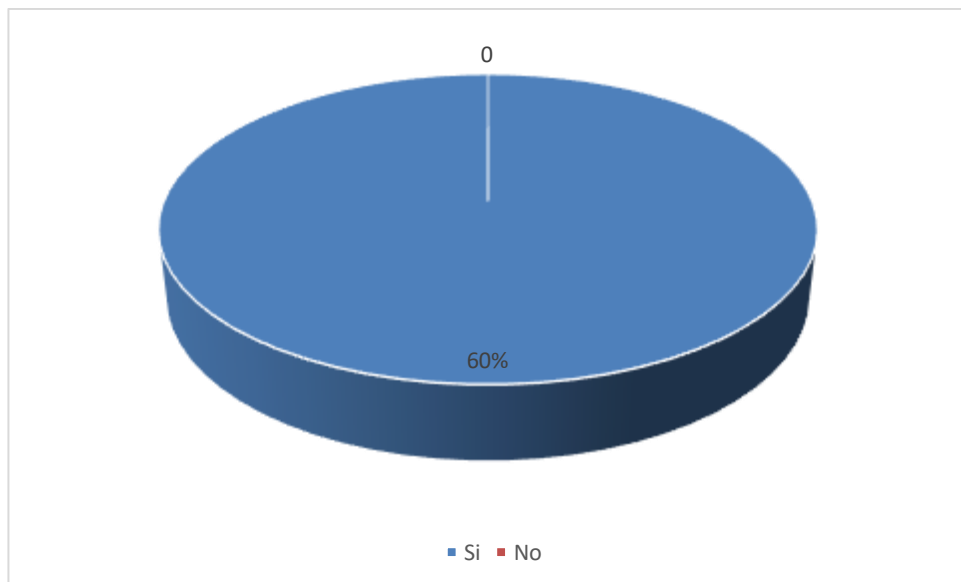
7.- ¿Si le ofertaran harina de banano orgánico producida por una micro empresa del Cantón Quevedo, usted la consumiría?

**Cuadro 7. ¿Consumiría harina de banano orgánico producida en Quevedo?**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	238	60%
No	158	40%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor



**Gráfico 7.¿Consumiría harina de banano orgánico producida en Quevedo?**

### **Análisis e Interpretación**

Del 60% de los encuestados revelan que si consumiría harina de banano orgánico mientras que el 40% no consumiría harina de banano orgánico producida por una empresa del cantón Quevedo.

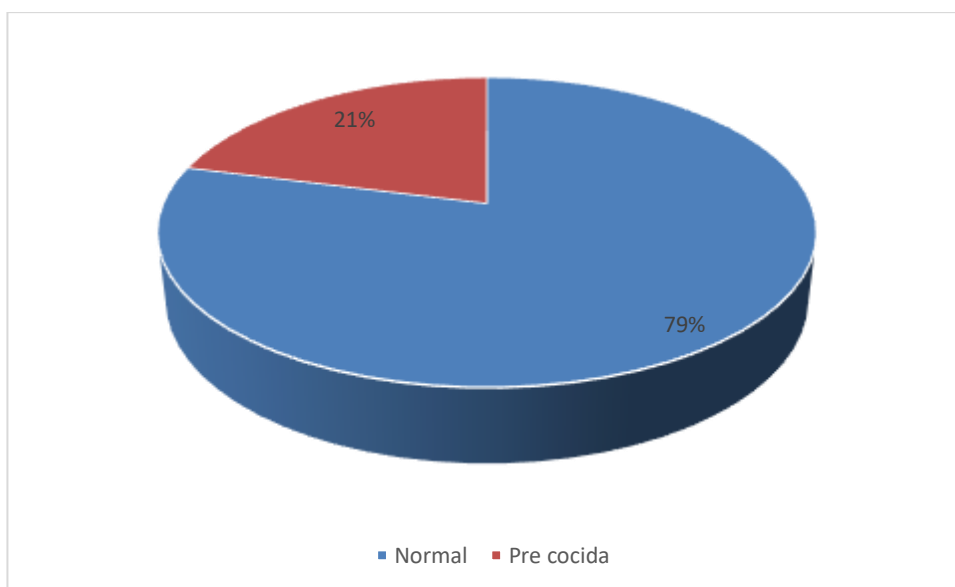
8.- ¿Qué presentación debería tener la Harina de banano orgánico que le ofrecieran?

**Cuadro 8. Presentación de Harina de banano orgánico**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Normal	309	79%
Pre cocida	87	21%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 8. Presentación de Harina de banano orgánico**

### **Análisis e Interpretación**

Según este gráfico muestra la siguiente información con el 79% que la harina de banano orgánico que le ofrecieran debe ser normal, seguido por un 21% pre-cocida.

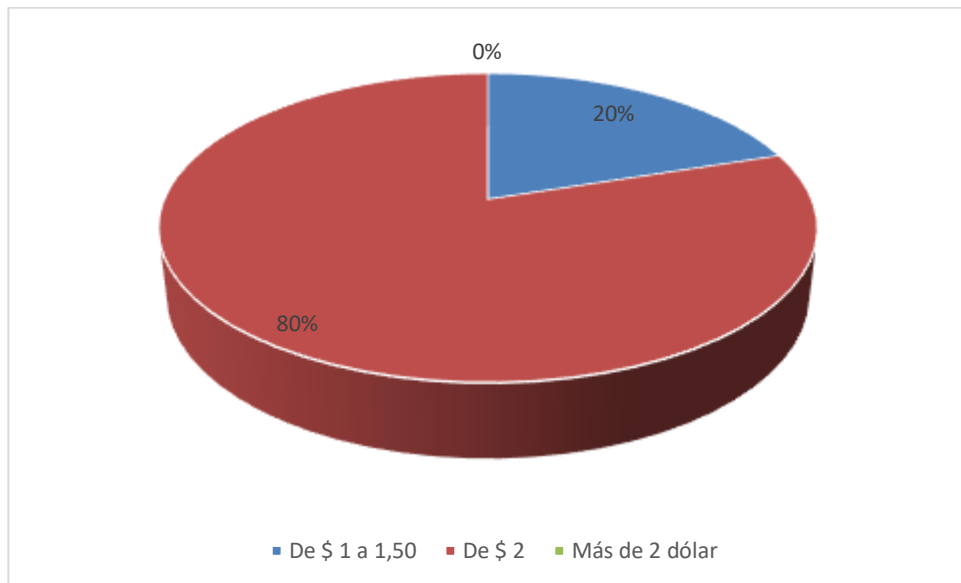
## 9. ¿Precio que le gustaría pagar por la funda de un kilo de harina de banano orgánico?

**Cuadro 9. Precio que le gustaría pagar**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
De \$ 1 a 1,50	80	20%
De \$ 2	316	80%
Más de 2 dólar	0	0%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Autor



**Gráfico 9. Precio que le gustaría pagar**

### Análisis e Interpretación

El 80% de las personas encuestadas indican que ellos prefieren pagar dos dólares por la funda de harina de banano mientras que el 20% prefiere de 1 a 1.50 dólares.

#### 4.1.1.1. Demanda

**Cuadro 10. Demanda Actual**

<b>AÑOS</b>	<b>D.A.</b>	<b>D.A.Min.Prod.</b>
2011	64503	64502744
2012	65825	65825050
2013	67174	67174463
2014	68552	68551540
2015	69957	69956846

Elaborado por: Autor

**Cuadro 11. Mínimos cuadrados**

<b>Años</b>	<b>x</b>	<b>y</b>	<b>xy</b>	<b>x*X</b>
2007	1	64503	64503	1
2008	2	65825	131650	4
2009	3	67174	201523	9
2010	4	68552	274206	16
2011	5	69957	349784	25
Sumatorias	15	336011	1021667	55

Elaborado por: Autor

**Cuadro 12. Demanda Futura**

<b>X</b>	<b>AÑOS</b>	<b>D.F.</b>	<b>D.F.Min.Prod.</b>
7	2016	150785	180941760
8	2017	156196	187434960
9	2018	161607	193928160
10	2019	167018	200421360

Elaborado por: Autor

Según el número de competidores o de empresas ofertantes

**Cuadro 13. Oferta actual**

<b>AÑOS</b>	<b>O.A.</b>
2011	38702
2012	39495
2013	40305
2014	41131
2015	41974

Elaborado por:Autor

**Cuadro 14. Mínimos cuadrados de oferta actual**

<b>Años</b>	<b>x</b>	<b>y</b>	<b>xy</b>	<b>x*X</b>
2007	1	38702	38702	1
2008	2	39495	78990	4
2009	3	40305	120914	9
20010	4	41131	164524	16
2011	5	41974	209871	25
Sumatorias	15	201606	613000	55

Elaborado por:Autor

**Cuadro 15. Oferta Futura**

<b>X</b>	<b>AÑOS</b>	<b>O.F.</b>
7	2016	23673
8	2017	24620
9	2018	25567
10	2019	26513

Elaborado por:Autor

**Cuadro 16. Demanda Insatisfecha Actual**

<b>Años</b>	<b>O.A.</b>	<b>D.A</b>	<b>D.I.A.</b>
2006	38702	64503	-25801
2007	39495	65825	-26330
2008	40305	67174	-26870
2009	41131	68552	-27421
2010	41974	69957	-27983

Elaborado por:Autor

Dado que la demanda ha sido mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto fue conveniente en los años analizados desde el punto de vista del mercado.

### **Cuadro 17. Demanda Insatisfecha Futura**

<b>Años</b>	<b>O.F.</b>	<b>D.F.</b>	<b>D.I.F.</b>
2012	23673	150785	-127112
2013	24620	156196	-131576
2014	25567	161607	-136040
2015	26513	167018	-140505

Elaborado por: Autor

Dado que la demanda será mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto va hacer conveniente en los siguientes años analizados desde el punto de vista del mercado

### **Fuente: Investigación**

**Q= npq**

### **Dónde:**

Q= demanda potencial

n= números de compradores

p = precio promedio de un producto en el mercado

q= cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

El negocio pretende abastecer a 43375 familias en el cantón Quevedo. De acuerdo a la investigación de fuentes secundarias se estima que el 70% de la población suele consumir harinas, el precio promedio por la funda de un kilo de harina es de \$2 y que el consumo pércapita es de 3 kilos mensuales.

En primer lugar demostramos la demanda potencial de harina en toda la ciudad

$$Q = npq$$

$$n = (43375 \times 70) / 100$$

$$p = 2$$

$$q = 3$$

$$Q = 182.175$$

#### 4.1.1.2. Demanda insatisfecha proyectada

Años	demanda	Demanda a satisfacer Anual	Demanda Mensual
2015	182.175	91088	7591
2016	186.255	93128	7761
2017	190.427	95214	7934
2018	194.692	97346	8112

En la proyección de la demanda insatisfecha se aplicó el crecimiento neto de la población que según el INEC es de 2.24% anual.

#### Oferta

No se aplica el análisis de la oferta por cuanto el producto a ofrecer es nuevo en el mercado.

#### 4.1.2. Estudio técnico

##### 4.1.2.1. Localización

La planta estará ubicada en el Cantón Quevedo.

##### 4.1.2.2. Macro localización

El proyecto estará ubicado en Ecuador, provincia de Los Ríos, cantón Quevedo.

#### 4.1.2.3. Micro localización

La empresa estará ubicada en la Vía Quevedo-Valencia Km 2 ½ y dispone de los servicios básicos agua, energía eléctrica, teléfono, etc.

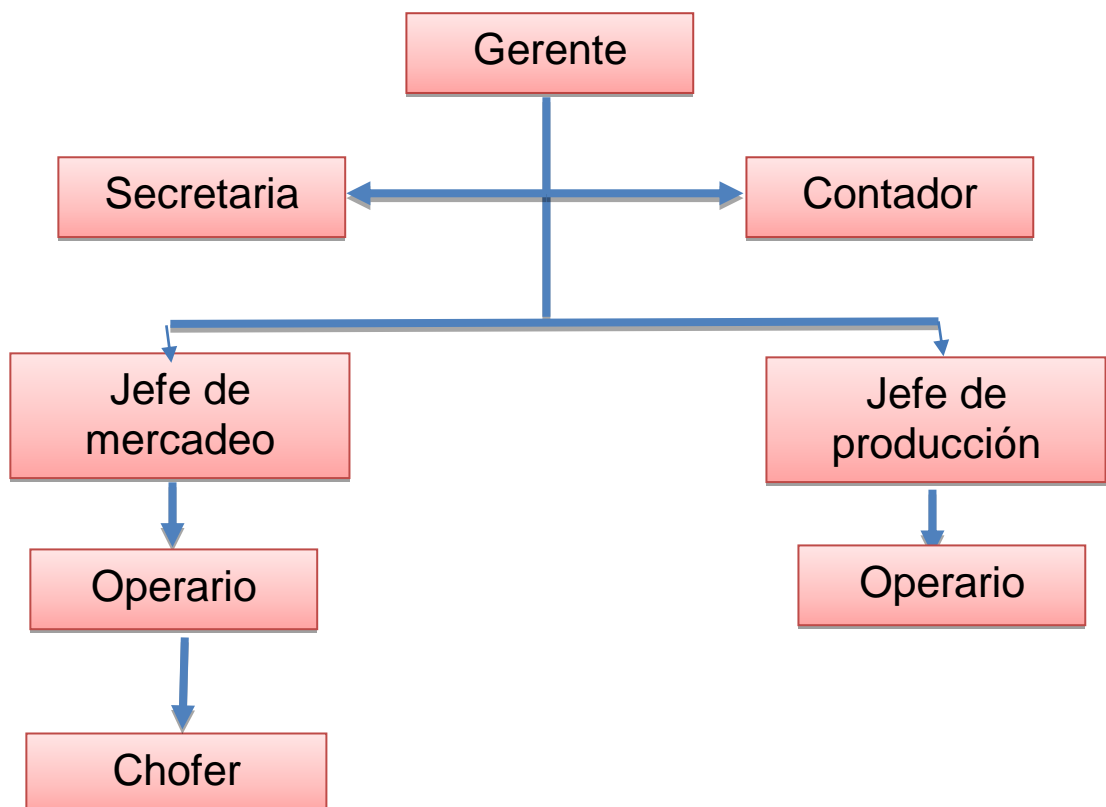
#### 4.1.2.4. Tamaño

El tamaño del local donde se implementara la empresa estará dado por las unidades producidas y vendidas.

#### 4.1.2.5. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto permitirá planificar la infraestructura, equipos, maquinarias, mano de obra directa e indirecta, que faciliten el proceso de producción de la planta para la elaboración de la harina de banano orgánico.

#### 4.1.2.6. Organigrama de la empresa



#### **4.1.2.7. Marketing Mix**

##### **4.1.2.7.1. Producto, Precio**

La harina de Banano que comercializara la empresa tendrá características de beneficios adicionales como el asesoramiento y/o la entrega al lugar deseado dentro de la zona de influencia que se encuentre la Unidad Productiva.

En el caso de la sucursal que se localizará en la ciudadela Las Mercedes Frente al Colegio Quevedo deberá mantener los mismos precios establecidos por el ente regulador, pues estos ya tienen posicionamiento y conocimiento la población.

##### **4.1.2.7.2. Plaza**

La empresa por ser nueva en el ámbito empresarial se abrirá en la ciudad de Quevedo a fin de expandirla en las diversas zonas aledañas a la localidad a fin de proporcionar a la ciudadanía un producto de excelente calidad.

##### **4.1.2.7.3. Promoción**

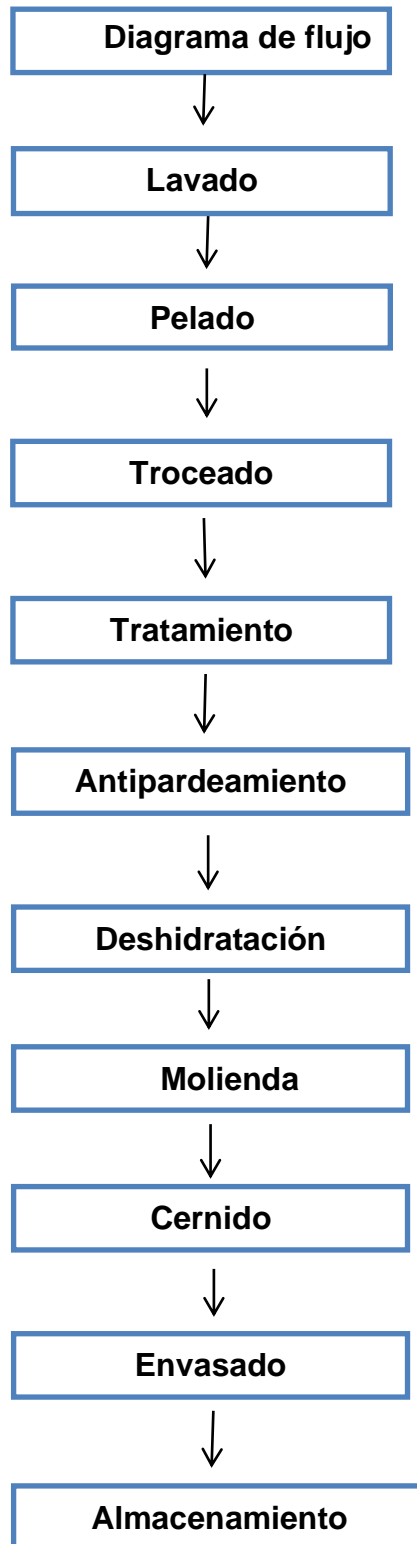
Dentro de las promociones se incluye:

- Por volumen de compra de la Harina de Banano.
- De acuerdo a la cantidad generada en la factura, llevara un descuento por parte de la empresa

##### **4.1.2.7.4. Publicidad**

Se entregará material POP con el logo y nombre de la empresa, los materiales a entregar son: gorras, esferos, llaveros, etc.

#### 4.2.1.8. Proceso



De acuerdo a la planificación establecida para la producción se comprara el banano orgánico en las fincas aledañas y se receptara en la planta industrial.

#### **4.2.1.9. Análisis y control**

Es la fase donde se recepta y se procede a revisar si el producto cumple con las características de calidad, color, tamaño y otros datos técnicos.

#### **Cortado**

El tallo de banano se corta la mano y el dedo y se lo coloca en la mesa de trabajo para proceder con el proceso.

#### **Pelado**

Es una forma de tratar al banano separando la corteza verde de la blanca y convertir la materia necesaria para elaborar el producto.

#### **Inmersión**

Se introduce el banano en el tanque con agua el mismo que contiene una solución de dióxido de azufre por tiempo aproximado de cinco minutos y con esto se evita la oxidación.

#### **Ecurrido**

Luego del tiempo necesario se realiza el proceso de escurrido de los bananos.

#### **Cortado**

Una vez pelado los bananos se cortan con una máquina apropiada y se obtienen trozos más pequeños necesarios para aligerar el proceso de secado.

**Cuadro 18. Maquinarias y Equipos**

	Proceso	Característica
1	Paila	Paila estilo redondo para realizar el proceso de inmersión con una capacidad de 2 quintales por proceso.
1	Cortadora	Cortadora o troceadora para picar en rodajas el banano y de esta manera estar dispuesta para el tratamiento térmico.
1	Secadora	Secadora industrial con capacidad de 10 quintales que procede 35 quintales diarios.
1	Molino industrial	Molino industrial con capacidad de 35 quintales diarios.
1	Cacerola Industrial	Cernidora industrial con capacidad máxima de 5 quintales por proceso para incurrir en 6 procesos diarios.
1	Empacadora	Empacadora para que se encargue de empacar el producto en bolsas de polipropileno, además de pesadoras digitales para su respectivo gramado.
1	Balanza Eléctrica	Es una balanza digital en el que se puede llegar a pesar hasta 3000g con una aproximación de 0.05g
1	Termómetro	Son instrumentos destinados a medir temperaturas con escalas en grados centígrados o Fahrenheit.

**Cuadro 19. Muebles y Enseres**

<b>Can.</b>	<b>Muebles y Enseres</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1	Mesa	\$110,00	\$110,00
15	Silla	\$20,00	\$300,00
1	Archivador	\$90,00	\$90,00
1	Escritorio	\$150,00	\$150,00
1	Silla ejecutiva	\$95,00	\$95,00
	<b><u>Subtotal de Muebles y Enseres</u></b>		<b>\$745,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaboración:** Autor

**Cuadro 20. Equipos de oficina**

<b>Can.</b>	<b><u>Equipos de oficina</u></b>	<b>Valor</b>	<b>Valor total</b>
3	Aire acondicionado Split 24000 btu	\$780,00	\$2.340,00
1	Caja registradora	\$830,00	\$830,00
1	Teléfono	\$140,00	\$140,00
	<b><u>Subtotal de equipo de oficina</u></b>		<b>\$3.310,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaboración:** Autor

#### **4.2.1.10. Análisis de género**

Se dará prioridad a la norma que establece la equidad de género por lo que se dará la oportunidad de trabajo a hombres y mujeres.

#### **4.2.1.11. Análisis ambiental**

Se cumplirán con los reglamentos vigentes sobre los posibles impactos que genera el proyecto para tomar las medidas correspondientes de mitigación de los mismos.

### 4.1.3. Estudio Económico

**Cuadro 21.** Inversión

Can.	Descripción	Costo Unitario	Presupuesto
	<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
	<b>Muebles y Enseres</b>		
1	Mesa	110.00	110,00
15	Silla	20.00	300,00
1	Archivador	90.00	90,00
1	Escritorio	150.00	150,00
1	Silla ejecutiva	95.00	95,00
	<b>Total de muebles y enseres</b>		<b>745,00</b>
	<b>Equipos de oficina</b>		
3	Split 24000	780.00	2.340,00
1	Caja registradora	140.00	140,00
1	Teléfono	140.00	140,00
	<b>Total equipos de oficina</b>		<b>2.620,00</b>
	<b>Equipo de computo</b>		
3	Computadoras		2.550,00
1	Impresora		450,00
	<b>Total</b>		<b>3.000,00</b>
	<b>Maquinarias/equipos</b>		
1	Paila estilo redondo	4,000.00	4.000,00
1	cortadora	180.00	180,00
1	Secadora industrial		180,00
1	Molino industrial		460,00
1	Cernidora		70,00
1	Empacadora		15,00
1	Balanza electrónica		30,00
1	Termómetro		10,00
1	Microscopio		160,00
1	Equipo/laboratorio para prueba		15,00
	<b>Total Maquinarias/equipos</b>		<b>5.120,00</b>
	<b>Gastos de terreno</b>		
1	Terreno	16.000,00	16.000,00
1	Construcción	20.600,00	20.600,00
	<b>Total de Gastos</b>		<b>36.600,00</b>
	<b>Vehículo</b>		
1	Mini Vans	18.000,00	18.000,00
	<b>Total</b>		<b>18.000,00</b>

<b>Impuestos</b>			
1	Cuerpo de bomberos		100,00
1	RUC		100,00
1	MSP		85,00
1	Patente municipal		206,00
	<b>Total de impuestos</b>		<b>491,00</b>
<b>Gasto de adecuación</b>			
1	Elaboración del Proyecto	1.500,00	1.500,00
1	Software contable		550,00
1	gastos de operación		200,00
1	gastos de organización		750,00
1	Honorario de minuta		30,00
1	Elevación de minuta		50,00
1	Registro mercantil		60,00
1	Inscripción de la compañía		6,00
1	Registro de la marca		70,00
1	Asesoría jurídica		950,00
	<b>Total de gasto de adecuación</b>		<b>4.166,00</b>
<b>Capital de operación</b>			
<b>Gastos administrativos</b>			
	Sueldos		5.124,01
	Servicios básicos		902,40
	<b>Total de gastos administrativos</b>		<b>6.026,41</b>
<b>Gastos de ventas</b>			
	Publicidad		750,00
	Otros gastos		482,05
	<b>total de gastos de ventas</b>		<b>1.232,05</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>78.000,46</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

## Cuadro 22. Depreciación

Descripción	Valor	%	Dep. mensual	Depreciación anual
<b>Muebles y enseres</b>	745,00	10%	6,21	74,50
Equipos de oficina	2.620,00	10%	21,83	262,00
Equipos de computo	3.000,00	33%	83,33	999,90
Maquinaria y equipos	5.120,00	10%	42,67	512,00
Vehículo	18.000,00	20%	300,00	3.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>454,04</b>	<b>5.448,40</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 23. Financiamiento**

Inversión	Absoluto (\$)	Relativo
Capital Propio	23.400,14	30%
Financiamiento (BNF)	54.600,32	70%
<b>Total</b>	<b>78.000,46</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 24. Tasa de interés y cuotas de crédito Bancario**

Importe	<b>VP=</b>	54.600,32
Cantidad de Cuotas	<b>n =</b>	60
Tasa de interés anual	<b>i =</b>	10,00%
periodos en el año	<b>m =</b>	12,00
Interés Mensual		0,0125

**Cuadro 25. Tabla de amortización****Monto**

54.600,32

**Plazo**

5 Años

**Tasa de interés**

10%

**Forma de Pago**

Anual

Años	1	2	3	4	5
Monto de Préstamo	54.600,32	43.680,26	32.760,21	21.840,27	10.920,06
Abono de Capital	10.920,06	10.920,06	10.920,06	10.920,06	10.920,06
<b>Saldo</b>	<b>43.680,26</b>	<b>32.760,20</b>	<b>21.840,15</b>	<b>10.920,21</b>	<b>0,00</b>
Interés Anual (10%)	7.439,29	5.801,28	4.163,27	2.525,26	887,26
<b>Cuota Mensual</b>	<b>619,94</b>	<b>483,44</b>	<b>346,94</b>	<b>210,44</b>	<b>73,94</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 26. Gastos generales**

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Energía eléctrica	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
Teléfono internet	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Diésel de camión	550,00	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
Útiles de oficina	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Materiales de limpieza	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
<b>TOTAL</b>	<b>1.565,00</b>	<b>18.780,00</b>	<b>19.719,00</b>	<b>20.704,95</b>	<b>21.740,20</b>	<b>22.827,20</b>

### **Cuadro 27. Gastos de ventas.**

<b>Gastos de ventas</b>	<b>Mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Publicidad	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
<b>Total</b>	150,00	<b>1.800,00</b>	<b>1.890,00</b>	<b>1.984,50</b>	<b>2.083,73</b>	<b>2.187,91</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaboración:** Autor

**Cuadro 28.** Gastos administrativos

Detalles de gastos							
Can.	RUBRO	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	900,00	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
1	Secretaria	360,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
1	Contador	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1	Jefe de mercadeo	550,00	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
1	Operario	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1	Jefe de producción	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
1	Operario/mantenimiento	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,17	6.563,72
1	Chofer	750,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
	Aporte patronal	514,01	6.168,12	6.476,52	6.800,35	7.140,37	7.497,39
	Décimo cuarto		4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,46
	Décimo tercero		4.610,00	4.840,50	5.082,52	5.336,64	5.603,47
<b>Total de gastos</b>		5.124,01	<b>70.346,12</b>	<b>73.863,42</b>	<b>77.556,59</b>	<b>81.434,42</b>	<b>85.506,12</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 29.** Costos de elaboración de harina

DETALLE DE COSTOS DE VENTA									
DESCRIPCION	CANT.	UNID.MED.	V.U	V.T	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Funda/un kilo/harina	7.591	Kg.	0,40	3.036,40	36.436,80	38.258,64	40.171,57	42.180,14	44.289,14
Imprevisto 2%					728,73	765,17	803,43	843,60	885,78
<b>TOTAL</b>					<b>37.165,53</b>	<b>39.023,81</b>	<b>40.975,00</b>	<b>43.023,74</b>	<b>45.174,92</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 30.** Ingresos de ventas

<b>DETALLE DE INGRESOS</b>									
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>UNID.MED.</b>	<b>P.V.P</b>	<b>Mensual</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Funda/un kilo/harina	7.591	Kg.	2,00	15.182,00	182.184,00	191.293,20	200.857,86	210.900,75	221.445,78
<b>TOTAL</b>					<b>182.184,00</b>	<b>191.293,20</b>	<b>200.857,86</b>	<b>210.900,75</b>	<b>221.445,78</b>

Fuente. Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 31.** Estado de resultados

<b>Estado de Resultado</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	<b>182.184,00</b>	<b>191.293,20</b>	<b>200.857,86</b>	<b>210.900,75</b>	<b>221.445,78</b>
(-)costo de producción	37.165,53	39.023,81	40.975,00	42.023,74	45.174,92
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 145.018,47</b>	<b>\$ 152.269,39</b>	<b>\$ 159.882,86</b>	<b>\$ 168.877,01</b>	<b>\$ 176.270,86</b>
(-)gastos administrativos	70.346,12	73.863,42	77.556,59	81.434,42	85.506,12
(-)gastos Generales	\$ 18.780,00	\$ 19.719,00	\$ 20.704,95	\$ 21.740,19	\$ 22.827,19
(-)gastos de ventas	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 54.092,35</b>	<b>\$ 56.796,97</b>	<b>\$ 59.636,82</b>	<b>\$ 63.618,67</b>	<b>\$ 65.749,64</b>
(-)gastos financieros	\$ 18.359,35	\$ 16.721,34	\$ 15.083,33	\$ 13.445,32	\$ 11.807,30
<b>Utilidad antes / participación de trabajadores</b>	<b>\$ 35.733,00</b>	<b>\$ 40.075,63</b>	<b>\$ 44.553,49</b>	<b>\$ 50.173,35</b>	<b>\$ 53.942,34</b>
Participación de empleados	\$ 5.577,09	\$ 5.746,66	\$ 5.929,15	\$ 6.220,84	\$ 2.111,85
<b>Utilidad antes de imp.</b>	<b>\$ 30.155,91</b>	<b>\$ 34.328,97</b>	<b>\$ 38.624,34</b>	<b>\$ 43.952,51</b>	<b>\$ 51.830,49</b>
(-)Impuesto	\$ 7.538,98	\$ 8.582,24	\$ 9.656,09	\$ 10.988,13	\$ 12.957,62
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 22.616,93</b>	<b>\$ 25.746,73</b>	<b>\$ 28.968,25</b>	<b>\$ 32.964,38</b>	<b>\$ 38.872,87</b>
<b>Utilidad neta acumulada</b>	<b>22.616,93</b>	<b>48.363,66</b>	<b>77.331,91</b>	<b>110.296,29</b>	<b>149.169,16</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

**Cuadro 32.** Flujo de caja proyectado

<b>DETALLE</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos proyectados		182.184,00	191.293,20	200.857,86	210.900,75	221.445,78
<b>Total de ingresos proyectados</b>		<b>182.184,00</b>	<b>191.293,20</b>	<b>200.857,86</b>	<b>210.900,75</b>	<b>221.445,78</b>
<b>EGRESOS</b>						
Inversión inicial	(78.000,46)					
Depreciaciones		5.448,40	4.278,70	4.278,70	4.278,70	4.278,70
Amortizaciones		10.920,06	10.920,06	10.920,06	10.920,06	10.920,06
Sueldos y salarios		70.346,12	73.863,42	77.556,59	81.434,42	85.506,12
<b>Total de egresos</b>	<b>(78.000,46)</b>	<b>86.714,58</b>	<b>89.062,18</b>	<b>92.755,35</b>	<b>96.633,18</b>	<b>100.704,88</b>
<b>FNC</b>	<b>(78.000,46)</b>	<b>95.469,42</b>	<b>102.231,02</b>	<b>108.102,51</b>	<b>114.267,57</b>	<b>120.740,90</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autor

#### 4.1.4. Evaluación financiera

**Cuadro 23. TMAR o tasa de descuento**

Riesgo país	3,16
Inflación	3,2
Trbce	11,32
TMAR	17,68

Elaboración: Autor

**Cuadro 24. VAN y TIR**

Van	<b>Positivo</b>	462.810,96
<b>Tasa interna de retorno</b>		<b>126%</b>

AÑO	VALOR
0	\$ (78.000,46)
1	95.469,42
2	102.231,02
3	108.102,51
4	114.267,57
5	120.740,90
<b>TOTAL</b>	<b>462.810,96</b>

#### 4.1.5. Relación beneficio Costo

La relación beneficio costo actualizado se ha determinado dividiendo beneficio para el total de egresos, la misma que dio un resultado de 2,64; Esto indica que por cada dólar que invierte retorna 1,64 centavos de dólar.

		1	2	3	4	5
<b>BENEFICIOS</b>	<b>YB</b>	95.469,42	102.231,02	108.102,51	114.267,57	120.740,90
	<b>(1+i)<sup>n</sup></b>	1,10	1,21	1,33	1,46	1,61
		86.790,38	84.488,44	81.280,10	78.265,46	74.994,35
		<b>405.818,73</b>				
<b>COSTOS</b>	<b>C</b>	37.165,53	39.023,81	40.975,00	42.023,74	45.174,92
	<b>(1+i)<sup>1</sup></b>	1,10	1,21	1,33	1,46	1,61
		33.786,85	32.251,10	30.808,27	28.783,38	28.058,96
		<b>153.652,56</b>				
<b>R B/C</b>		<b>2,64</b>				

#### 4.1.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se calcula tomando los valores proyectados de los ingresos, de los costos fijos y de los costos variables, teniendo como resultado \$ 108,93

$$P. E (M) \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}} \qquad P. E (M) \frac{86.714,58}{1 - \frac{37.165,53}{182.184,00}}$$

$$P.E (M) = 108,93$$

**Cuadro 35.** Punto de equilibrio

Detalle	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>	182.184,00	191.293,20	200.857,86	210.900,75	221.445,78
<b>Fijos</b>	<b>86.714,58</b>	<b>89.062,18</b>	<b>92.755,35</b>	<b>96.633,18</b>	<b>100.740,88</b>
<b>Variables</b>	37.165,53	39.023,81	40.975,00	42.023,74	45.174,92

## 4.2. Discusión

Luego de realizado el estudio de mercado, se concluye que existe necesidad insatisfecha de harina de banano orgánico en el cantón Quevedo, que ofrezca un producto de calidad dirigido a cubrir las necesidades y aporte al cuidado de la salud de los consumidores para **Van Den, (2010)**., el estudio de mercado tiene como objetivo conocer los mercados actuales o potenciales de los productos o servicios que están en el mercado o la forma como el producto que se planea vender podría ser recibida por el público o los consumidores., mientras que para **Rivera, (2012)**., se suele utilizar como sinónimos de investigación comercial, sin embargo este último es un concepto mucho más amplio dado que comprende la investigación de cualquier problema de marketing, independientemente de que se estudie o no un mercado

Mediante el estudio técnico realizado se determina el proceso operativo y se concluye que el mismo cumple con entregar un producto de primera dirigido al mercado objetivo que son las familias de Quevedo mientras que **Córdoba, (2013)**., menciona que el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de ventas y precio de venta, hay la necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Esto determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

Mediante la aplicación del estudio económico se concluye que la factibilidad de la presente inversión, señala que existe un flujo de caja positivo con utilidades netas durante toda la vida útil del proyecto, pero para **Morales, (2009)**., el cual reflexiona que el estudio económico permite sistematizar la información de carácter financiero que se determinó en el estudio de mercado y técnico realizado y que permite llegar a encontrar la factibilidad de la inversión; así mismo el estudio financiero identificar la rentabilidad y la viabilidad a través de la aplicación de indicadores como: el VAN, TIR y RBC. Por medio del estudio financiero se genera la información financiera

La evaluación financiera, luego de aplicados los indicadores demuestra la viabilidad del proyecto, concluyendo que es oportuno invertir en el corto plazo, se da un Valor Actual Neto de \$462.810.96 y una Tasa Interna de Retorno de 162%. según lo que menciona **Córdoba, (2013)**., el análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. Con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, se debe presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros, ganancias y pérdidas flujo de caja para planificación de la inversión.

**CAPÍTULO IV**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. Conclusiones

Luego de realizado el estudio de mercado, se concluye que existe necesidad insatisfecha de harina de banano orgánico en el cantón Quevedo, que ofrezca un producto de calidad dirigido a cubrir las necesidades y aporte al cuidado de la salud de los consumidores.

Mediante el estudio técnico realizado se determina el proceso operativo y se concluye que el mismo cumple con entregar un producto de primera dirigido al mercado objetivo que son las familias de Quevedo.

Mediante la aplicación del estudio económico se concluye que la factibilidad de la presente inversión, señala que existe un flujo de caja positivo con utilidades netas durante toda la vida útil del proyecto.

La evaluación financiera, luego de aplicados los indicadores demuestra la viabilidad del proyecto, concluyendo que es oportuno invertir en el corto plazo, se da un Valor Actual Neto de \$462.810.96 y una Tasa Interna de Retorno de 162%.

## **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda que en el mediano plazo se realicen estudios de mercado para de acuerdo a la evolución de la demanda, incrementar la producción de harina de banano orgánico, y aprovechar la capacidad instalada, para no incurrir en gastos.

En la parte operativa se debe mantener en buen estado los equipos y la infraestructura para mejorar la calidad y presentación del producto, de acuerdo a las exigencias del mercado consumidor.

Llevar un adecuado control presupuestario a través de un buen manejo de los recursos económicos, implementar nuevas tecnologías en base a las necesidades de la empresa.

Tomar de forma inmediata la decisión de invertir en este proyecto de emprendimiento, en base a los indicadores positivos encontrados a través de la evaluación financiera realizada.

**CAPÍTULO V**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Bibliografía

Baca, Gabriel (2010). Herramientas de marketing las 4 p del marketing: producto, precio, plaza y distribución (Primera edición ed.). Barcelona: Editorial UOC. Pág. 234.

Berghe, Eduardo (2010). Gestión y Gerencia Empresarial. Ecoe Ediciones Bogotá: Pág. 124.

Bird, P. (2008). Investigación de mercado (Versión original) Ediciones Gestión 2000. Pág. 567.

Córdoba, María (2013). Formulación y Evaluación de proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá: Pág. 43.

Emprendedor, E. (s.f.). Obtenido de <http://www.emprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

Flores, Julián. (2012). Plan de negocio para pequeñas empresas. Ediciones de la U. Bogotá. Pág. 156.

Flores, José. (2012). Plan de negocio para pequeñas empresas. Ediciones de la U. Bogotá. Pág. 87.

García, Gina. (2012). Guía para elaborar planes de negocios. 2da edición: Editorial Albatros. Madrid - España, Pág. 345.

<http://alimentos.org.es/miel>. (s.f.). Recuperado el 04 de Agosto de 2014

<http://alimentosparacurar.com/n/227/la-miel-y-sus-propiedades-curativas.html>. (s.f.). Recuperado el 04 de Agosto de 2014

Marín, Carmen (2012). Cómo hacer un plan de Marketing.: Profit Editorial. Quito – Ecuador. Pág. 168.

Meza, Jordán. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Ecoe Ediciones. Colombia. Pp. 34 – 37.

Miranda, José. (2012). Estrategias de producción y mercado para los servicios de salud. Primera edición. Editorial CEJA. Bogotá: Pág. 67.

Morales, Andrea. (2009). Proyectos de Inversión evaluación y formulación. The McGraw-Hill Companies, Inc. México: Pp. 145 – 167.

Prieto, Julio. (2012). Comercialización con canales de distribución; primera edición.: STRUO Ediciones. Don Torcuato. Pp. 167 – 178.

Sapag, Nora. (2008). Proyectos de inversión, Formulación y Evaluación Primera edición. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Educación de México S.A. de C.V. Obtenido de [www. mcgrawhill.es](http://www.mcgrawhill.es) Web site.

Valegas, O. (17 de Marzo de 2001). [http://www.beekeeping.com/articulos/sobre\\_miel.htm](http://www.beekeeping.com/articulos/sobre_miel.htm). Recuperado el 04 de Agosto de 2014.

Van Den, Enrique. (2010). Gestión y Gerencial Empresariales. Bogotá: Ecoe Ediciones.

[www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec). (s.f.). Recuperado el 05 de Agosto de 2014

**CAPÍTULO VI**  
**ANEXOS**

## ANEXO 1.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN QUEVEDO PARA CONOCER SU CRITERIO ACERCA DE LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA DE HARINA DE BANANO ORGÁNICO CONSIDERANDO LAS PROPIEDADES NUTRICIONALES DEL PRODUCTO.**

**1.- ¿Consume usted algún tipo de harina y/o cereal como complemento nutricional dentro de su dieta diaria?**

- a) HARINA DE PLÁTANO
- b) AVENA
- c) TAPIOKA
- d) MAICENA
- d) Harina de Trigo

**2) ¿Cuál es el motivo por el que consume este(os) producto(s)?**

Características nutricionales

Energía

Proteína

Grasas

Hidrato de carbono

Hierro

Vitaminas

**3) ¿Cómo lo(s) consume?**

- a) Pan
- b) Coladas
- c) Mezclados con leche
- d) Mezclados con yogurt

**4) ¿Cuál es la frecuencia de consumo?**

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Quincenalmente
- d) Mensualmente

**5) ¿Dónde adquiere el producto?**

Tienda del Barrio  
Minimarket  
Supermercado  
Mayoristas

**6) ¿Conoce usted las propiedades nutricionales del banano?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**7) ¿Si le ofertaran harina de banano orgánico producida por una micro empresa del cantón Quevedo, usted la consumiría?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**8) ¿Qué presentación debería tener la Harina de plátano que le ofrecieran?**

Normal \_\_\_\_\_ pre cocida \_\_\_\_\_

**9) ¿Precio que le gustaría pagar por la funda de harina de banano orgánico?**

**1 kilo**

De \$1 a 1.50 \_\_\_\_\_

De 2 \_\_\_\_\_

Más de 2 dólar \_\_\_\_\_

## ANEXOS2.

### Operacionalización de las Variables

Variables	Definición	Dimensiones	Subdimensiones
<b>Independiente</b>			
<b>Estudio de Factibilidad</b>	El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estudio de Mercado.</li> <li>➤ Plan de Marketing.</li> <li>➤ Estudio Técnico.</li> <li>➤ Estudio Económico.</li> <li>➤ Evaluación Financiera</li> </ul>	Demanda, Oferta y Comercialización.  Estrategias de Marketing.  Tamaño del Proyecto.  Localización  Ingeniería del proyecto.  Descripción del Proceso
<b>Dependiente</b>			
<b>Empresa productora de Harina de Banano Orgánico.</b>	Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Galpón</li> <li>➤ Balanza</li> <li>➤ Mesas de Selección</li> <li>➤ Envasadora</li> <li>➤ Selladora – Etiquetadora</li> <li>➤ Peladora</li> <li>➤ Camioneta</li> </ul>	Hormigón  Balanza Romana  Simples  Capacidad: 100 - 500 gr/ 250 - 2000 gr.  Velocidad: De 10 a 20 bpm  Dimensión: L850x W640xH1400mm  4 x 4