



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL APROVECHAMIENTO DE
LA CADENA AGRÍCOLA DEL PLÁTANO EN EL CANTÓN
EL PANGUI, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

Tesis previa la obtención del grado
de Ingenieras Comerciales.

AUTORAS:

Ruth González Marin
Mariana Guamán Montaña

DIRECTORA:

Ing. Com. Silvia Jaramillo Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2011

1859

Ing. Com. Silvia Jaramillo Mg. Sc, DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y DIRECTORA DE TESIS.

CERTIFICO:

Que, en calidad de Directora del trabajo de investigación, **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL APROVECHAMIENTO DE LA CADENA AGRÍCOLA DEL PLÁTANO EN EL CANTÓN EL PANGUI, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, he dado la asesoría requerida a las alumnas: Ruth Magdalena González Marín y Mariana Eliza Guamán Montaña, durante el proceso de investigación y desarrollo de esta tesis previa a la obtención del Grado de Ingenieras Comerciales, la cual cumple con los requisitos para ser presentada ante el Tribunal de Grado correspondiente.

Loja, Enero de 2011.

Ing. Com. Silvia Jaramillo Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

El contenido del presente trabajo, conceptos ideas opiniones, procedimientos de investigación resultados, conclusiones y recomendaciones vertidas en el presente trabajo de investigación titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL APROVECHAMIENTO DE LA CADENA AGRÍCOLA DEL PLÁTANO EN EL CANTÓN EL PANGUI, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** son de responsabilidad exclusiva de las autoras.

Ruth González Marín

Mariana Guamán Montaña

AGRADECIMIENTO

Las autoras del presente trabajo investigativo dejan constancia del sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas.

De manera muy especial a nuestra Directora de Tesis Ing. Com. Silvia Jaramillo por su acertada dirección en el presente trabajo investigativo.

Las Autoras

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico con todo mi amor y respeto a mis padres Agustin y Mariana, mis hermanos Julio, Patricio, Luis y Edwin, y a toda mi familia quienes me brindaron su apoyo moral, espiritual, y sobre todo económico que son la base fundamental para poder alcanzar el presente propósito.

Ruth

Este presente trabajo se lo dedico al ser más supremo de esta tierra como es Dios por darme la vida, a mis padres, mis hermanos, amistades y a todos mis seres más allegados ya que ellos han sido el pilar fundamental para poder hacer realidad esta meta.

Mariana

Titulo

a. TÍTULO

“Plan de Negocios para el aprovechamiento de la Cadena Agrícola del Plátano en el Cantón El Panguí, Provincia de Zamora Chinchipe”.

Resumen

b. RESUMEN

b.1. Resumen en Castellano

El Plan de Negocios para el Aprovechamiento de la Cadena Agrícola del Plátano tuvo como objetivo realizar un diagnóstico al sector agrícola del plátano en el cantón El Pangui y dar a la población una alternativa de inversión poniendo en ejecución la creación de una empresa productora de harina de plátano y por ende ofreciendo un producto de buena calidad satisfaciendo gustos y preferencias.

En el diagnóstico de la cadena agrícola se determinó que esta constituida por: proveedores de semillas y de insumos agrícolas, agricultores y los intermediarios. Las 32 hectáreas cultivadas de plátano por los 20 agricultores dan como resultado promedio de 11.984 racimas de plátano. Entre los principales problemas que tienen los agricultores está la venta de sus productos en el mercado, porque por falta de dinero y tiempo no pueden llegar hasta los mercados consumidores, y lo venden a los intermediarios a precios reducidos para que éstos lleguen a los mercados.

Entonces se ha estudiado la posibilidad de que el plátano ya no se lo venda en bruto sino se le agregue valor transformando a través de un proceso productivo en harina de plátano para lo cual están de acuerdo el 70% de los agricultores.

La demanda insatisfecha de este producto es 220.031 libras de harina de plátano, donde muestra que es viable la implementación de este tipo de empresa, el tamaño de la planta se la determinó tomando en cuenta los resultados del estudio de mercado y para el funcionamiento de la misma se requiere un local de 175m², la capacidad instalada es de 11.598 libras de harina utilizando de ella el 100%.

Se constituirá en una empresa de Responsabilidad Limitada, que tendrá 2 socios. Se requiere una inversión de \$9.305,94, los mismos que serán financiados con un aporte de las socias de \$6.305,94, y con un crédito al Banco Nacional de Fomento por la cantidad de \$3.000 con un interés del 11,35% y a un plazo de 5 años.

El costo total del primer año asciende a \$18.988,18 y el costo unitario de producción es de \$1,64 por cada libra de harina al cual se le incrementará un margen de utilidad del 15% dándonos un precio para ofrecer al público de \$1,88 por cada libra.

Los ingresos del primer año ascienden a \$21.836,41, el punto de equilibrio en función de las ventas es de \$18.335,09 y en función de la capacidad instalada es 83,97%, las utilidades son de \$1.634,17.

Los resultados arrojados por la evaluación financiera demuestran que: el VAN es de 5.782,30, el TIR de 24,80%, ya que por cada dólar invertido el proyecto recuperará 0,18 dólares; el tiempo en que se recuperará el capital es de 2 años, 11 meses y 17 días de puesto en marcha la empresa, el proyecto no es sensible a los cambios al incrementarse el 2,98% en los costos y al disminuirse el 2,54% en los ingresos.

Finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó luego de concluida la investigación.

b.2. Abstract

The Plan of Businesses for the Use of the Agricultural Chain of the Banana had as objective to carry out a diagnosis of the agricultural sector of the banana in the canton Panguí and to give the population an investment alternative applying the creation of a company producer of banana flour and for ending offering a product of good quality satisfying likes and preferences.

In the diagnosis of the agricultural chain it was determined that it is constituted for: suppliers of seeds and of agricultural inputs, farmers and the middlemen. The 32 cultivated hectares of banana for the 20 farmers give average of 11.984 banana racimas as a result. Among the main problems that have the farmers it is the sale of their products in the market, because for lack of money and time they cannot arrive to the markets consumers, and they sell it to the middlemen at reduced prices so that these arrive at the markets.

Then the possibility has been studied that the banana no longer blindfolds it to him rough but he/she is added value becoming through a productive process banana flour for that which you/they agree 70% of the farmers.

The unsatisfied demand of this product is 220.031libras of flour, of banana where it shows that it is viable the implementation of this company type, the size of the plant determined it to him taking into account the results of the market study and for the operation of the same one a local of 175m², the installed capacity is required it is of 11.598 pounds of flour using of her 100%.

It will be constituted in a company of Limited Responsibility that will have 2 partners. An investment of \$9.305,94, is required the same ones that will be financed with a contribution of the partners of \$6.305,94, and with a credit to the National Bank of Development for the quantity of \$3.000 with an interest of 11,35% and to a 5 year-old term.

The first year-old total cost ascends at \$18.988,18 and the unitary cost of production is of \$1,64 for each pound of flour to which will be increased a margin of utility of 15% giving us a price to offer to the public of \$1,88 for each pound.

The first year-old revenues ascend at \$21.836,41, the balance point in function of the sales is of \$18.335,09 and in function of the installed capacity it is 83,97%, the utilities are of \$1.634,17.

The results hurtled by the financial evaluation demonstrate that: VAN is of 5.782,30 TIR of 24,80%, since for each invested dollar the project

will recover 0,18 dollars; the time in that he/she will recover the capital is of 2 years, 11 months and 17 days of position in march the company, the project is not sensitive to the changes when being increased 2,98% in the costs and when diminishing 2,54% in the revenues.

Finally he/she shows up the conclusions and recommendations to those that you arrived after having concluded the investigation.

Introducción

c. INTRODUCCIÓN

El plátano por años se ha constituido en uno de los productos básicos de la dieta alimenticia de los países en vía de desarrollo, que junto con las raíces y tubérculos, aporta el 40% del total de la oferta de alimentos en términos de calorías, ubicándose en el cuarto lugar a nivel mundial, después del arroz, trigo y maíz. Además de ser considerado un producto básico y de exportación, la FAO lo ha catalogado como un producto generador de ingresos y empleo para las familias campesinas, permitiéndoles que su vida mejore.

En el cantón el Pangui, desde mucho tiempo atrás se consume diferentes tipos de harinas, las mismas que se encuentran en varios lugares de expendio del medio, pero cabe señalar que las mismas no son producidas en nuestro cantón lo que el costo es variado y no todos los consumidores tiene acceso a este alimento, con respecto a personas de escasos recursos económicos.

Hoy en día es posible la producción de harina de plátano en nuestro cantón y provincia, porque existe grandes cantidades de materia prima como es el plátano verde que con una tecnología de punta y adecuada se puede obtener un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores. Cabe mencionar que las propiedades nutritivas de este producto ayudan a la dieta alimenticia de las personas, fundamentalmente a los niños menores de cuatro a cinco años de edad.

La producción de este producto creará nuevas fuentes de trabajo ayudando a disminuir el índice de desempleo a nivel provincial y por ende local, incentivando al agricultor a mejorar la producción del plátano.

El presente trabajo contiene: resumen, la revisión de literatura, que hace un referente general de la investigación, donde se describe en forma ordenada y sistemática conceptos relacionados con el tema, luego se establece los materiales, métodos y técnicas, información que permitió desarrollar la tesis.

En los resultados se muestra la información recolectada de las encuestas aplicadas a los productores, intermediarios y consumidores.

En la discusión se fundamenta los resultados, que consta del análisis o diagnóstico de la cadena agrícola, también se realiza minuciosamente los siguientes estudios:

En el Estudio de Mercado se analizan los objetivos que se persiguen tales como: conocer las demandas y ofertas históricas, actuales y proyectadas, porque lo importante del estudio es llegar a cuantificar los consumidores, la competencia y las posibilidades de competir e intervenir en el mercado local.

Otro de los estudios realizados es el Técnico donde se analiza el tamaño de la empresa en cuanto a la capacidad instalada y su capacidad utilizada, localización de la planta, flujograma del proceso, que hace constar el proceso productivo y los recursos necesarios para la producción de harina de plátano.

En el Estudio Organizacional y Legal se analiza su organización legal y administrativa donde encontramos los organigramas estructural, funcional, y posicional, creados con la finalidad de lograr un eficiente desempeño administrativo y productivo del personal de la empresa; así como el manual de funciones, detallando cuáles son sus funciones a desempeñar dentro la organización.

Posteriormente se efectuó el Estudio Financiero donde se identifican los costos del proyecto, clasificación de costos fijos y variables, además del presupuesto de ingresos para el primer año, todo esto relacionado con la capacidad instalada y utilizada. Los presupuestos de Ventas proporcionan la información de posibles ingresos, que constituyen los desembolsos o gastos de la empresa de esta forma estructurar el flujo de caja, herramienta indispensable para la evaluación del proyecto. Seguidamente el estado de perdidas y ganancias que muestran en forma anticipada las utilidades que se puedan obtener en cada uno de los años de la vida útil del proyecto.

Se procedió a realizar una evaluación financiera, utilizando indicadores como: Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual

Neto(VAN), Periodo de Recuperación, Relación Costo Beneficio, Análisis de Sensibilidad, con lo cual se deja en claro los beneficios y riesgos del proyecto para que los inversionistas en base a estos indicadores tomen sus propias decisiones.

Se hace constar las conclusiones a las que se llegaron y las correspondientes recomendaciones que serán puestas a consideración de los habitantes del cantón, y a los agricultores.

Finalmente se incluye con la bibliografía, índice y los respectivos anexos que comprende la ficha de resumen, y las encuestas.

Revisión
de
Literatura

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. PLAN DE NEGOCIOS.

d.1.1. Concepto.

Un plan de negocios, también conocido como plan de empresa, consiste en un documento escrito en donde se describe un negocio o proyecto que está por realizarse y todo lo que esté relacionado con ello, tal como los objetivos del negocio o proyecto, las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, el estudio del mercado al cual se va a incursionar, la forma en que se van a comercializar los productos o servicios, la inversión que se va a realizar, el financiamiento requerido, la proyección de los ingresos y egresos, la evaluación financiera y la organización del negocio o proyecto.

El valor principal de su plan de negocios será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

El plan de negocios es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio.

d.1.2. Razones.

Las razones para elaborar un plan de negocios, básicamente son tres:

- ✓ Servir de guía para iniciar un negocio o proyecto, y para poder gestionarlo: el plan de negocios nos permite planificar, coordinar, organizar y controlar recursos y actividades, y, de ese modo, ser más eficientes en la creación y gestión de nuestro negocio o proyecto, y minimizar el riesgo.

- ✓ Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto: el plan de negocios nos permite conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio o proyecto y, de ese modo, saber si vale la pena realizarlo, o si debemos buscar nuevas ideas o proyectos.

- ✓ Demostrar lo atractivo del negocio o proyecto a terceras personas: el plan de negocios permite demostrar ante terceros, lo atractivo y lo rentable de nuestra idea o proyecto, y, de ese modo, poder convencerlos de que nos otorguen un préstamo, de que inviertan con nosotros, o de que sean nuestros socios.

d.1.3. Estructura de un plan de negocios.

Para elaborar un plan de negocios no existe una estructura definida, sino que uno puede adoptar la que crea conveniente de acuerdo a sus objetivos, pero siempre asegurándose de que ésta le otorgue orden al

plan, y lo haga fácilmente entendible para cualquier que lo lea. La siguiente es una estructura común, que cuenta con todas las partes con que debería contar un plan de negocios:

- Resumen ejecutivo.
- Definición del negocio.
- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Organización.
- Estudio de la inversión y financiamiento.
- Estudio de los ingresos y egresos.
- Evaluación.¹

d.2. CADENA DE VALOR

d.2.1. Definición.

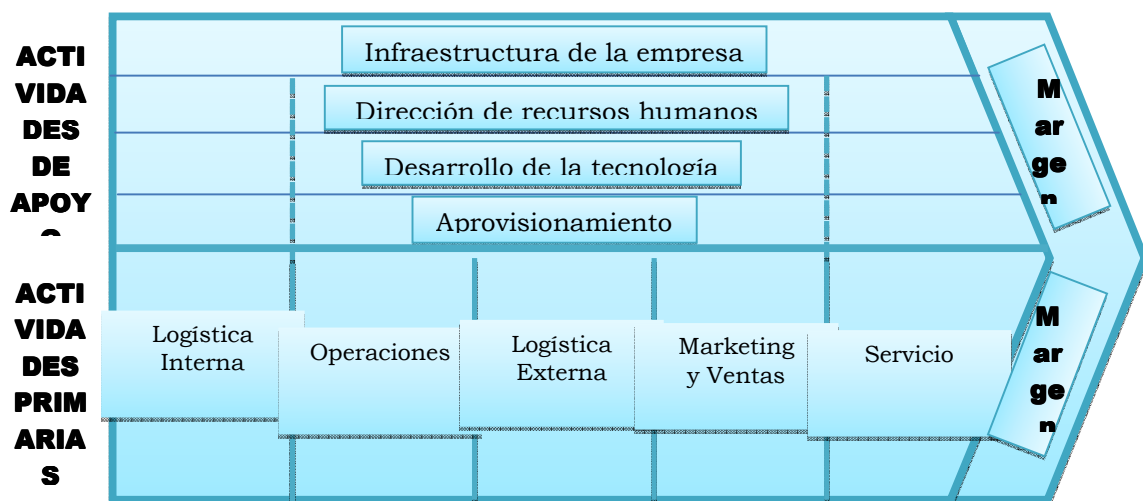
Es un conjunto de actividades o funciones secuenciales y paralelas interrelacionadas con la producción, manufactura y comercialización de alimentos”.

Se denomina cadena de valor, pues considera a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades (las cuales forman un proceso básicamente compuesto

¹COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México.

por el diseño, producción, promoción, venta y distribución del producto), las cuales van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una de éstas.²

El análisis de la cadena de valor permite optimizar el proceso productivo, ya que puede verse, al detalle y en cada paso, el funcionamiento de la empresa. La reducción de costos y la búsqueda de eficiencia en la utilización de los recursos suelen ser los principales objetivos del empresario a la hora de revisar la cadena de valor.



d.2.2. Actividades.

Esta herramienta divide las actividades generadoras de valor de una empresa en dos: las actividades primarias o de línea y las actividades de apoyo o de soporte:

²QUIRÓS, Rodolfo, Financiamiento de las Cadenas Agrícolas de Valor, Mayo 2006.

d.2.2.1. Actividades primarias o de línea.- Son aquellas actividades que están directamente relacionadas con la producción y comercialización del producto:

- **Logística interior (de entrada):**Actividades relacionadas con la recepción, almacenaje y distribución de los insumos necesarios para fabricar el producto.
- **Operaciones:**Actividades relacionadas con la transformación de los insumos en el producto final.
- **Logística exterior (de salida):**Actividades relacionadas con el almacenamiento del producto terminado, y la distribución de éste hacia el consumidor.
- **Marketing y ventas:**Actividades relacionadas con el acto de dar a conocer, promocionar y vender el producto.
- **Servicios:**Actividades relacionadas con la provisión de servicios complementarios al producto tales como la instalación, reparación, mantenimiento.

d.2.2.2. Actividades de apoyo o de soporte.- Son aquellas actividades que agregan valor al producto pero que no están directamente relacionadas con la producción y comercialización de éste, sino que más bien sirven de apoyo a las actividades primarias:

- ❖ **Infraestructura de la empresa:** Actividades que prestan apoyo a toda la empresa, tales como la planeación, las finanzas, la contabilidad.
- ❖ **Dirección de recursos humanos:** Actividades relacionadas con la búsqueda, contratación, entrenamiento y desarrollo del personal.
- ❖ **Desarrollo de la tecnología:** Actividades relacionadas con la investigación y desarrollo de la tecnología necesaria para apoyar las demás actividades.
- ❖ **Aprovisionamiento:** Actividades relacionadas con el proceso de compras.

En general, el objetivo ulterior de la herramienta de la cadena de valor es procurar generar el mayor valor posible en cada una de las actividades desagregadas, y al mismo tiempo procurar minimizar los costos en cada una de éstas; buscando, de ese modo, obtener el mayor margen de utilidad posible.³

³CÓRDOVA PADILA, Marcial; Inversión, Primera Edición

d.3. ESTUDIO DE MERCADO.

d.3.1. Concepto.

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.⁴

d.3.2. Demanda.

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio.

Para su estudio es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar y

⁴BACA Gabriel, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, Editorial McGraw Hill, México 1997

con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda. La demanda está en función del comportamiento del nivel de ingreso de los consumidores, de uso de los gastos de los mismos, la tasa de crecimiento de la población, del desempeño de los precios, de las preferencias de los consumidores y de la actuación de las instituciones del gobierno.

d.3.3. Oferta.

No es fácil estimar la oferta en un plan de negocio determinado, por cuanto la información generalmente se encuentra en poder de las empresas competidoras. Una forma de tener rápido conocimiento de la oferta de los productos, es la observación del número de empresas que compiten en el mercado, identificando si son empresas monopolísticas, oligopolísticas o si existen muchos competidores.

Para el estudio de la oferta se deben tener en cuenta algunos aspectos como:

- a. Los proveedores:** Una buena herramienta es la identificación de un número amplio de competidores, indicando: nombre de la empresa, que proceso tecnológico aplican en su proceso de producción, la capacidad instalada, capacidad utilizada, estructura de costos y precios, sistemas de venta, localización etc.

- b. Comportamiento del mercado de insumos:** Hace referencia a la identificación en cuanto al comportamiento de las

empresas que suministran los insumos, si estas son de caracteres monopolísticos, oligopolísticas, etc.⁵

d.3.4. Producto.

El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

En términos generales, el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.

d.3.5. Precio.

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. Las empresas fijan precios para sus bienes o servicios, teniendo en cuenta cuanto le cuesta elaborado, la cual es el comportamiento de la demanda y del mercado.

⁵COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.

El precio es el resultante del comportamiento de la oferta y demanda. Dependiendo de la clase de producto y /o servicio.

d.3.6. Plaza.

La distribución o plaza es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

d.3.7. Promoción.

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

Cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a dar a conocer e impulsar el consumo de un bien o servicio, genera necesariamente un valor agregado y conlleva un costo que deben ser tenidos en cuenta. ⁶

⁶COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México.

d.4. ESTUDIO TÉCNICO.

d.4.1. Concepto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

d.4.2. Objetivos.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

d.5. ESTUDIO FINANCIERO.

d.5.1. Activos.

d.5.1.1. Concepto.

Conjunto integrado por los bienes, derechos y valores de propiedad de una empresa. Constituyen todos los bienes y valores disponibles en la empresa en un momento determinado.

d.5.1.2. Clases.

d.5.1.2.1. Fijos.- Esta constituido por los bienes y derechos de larga duración que son utilizados en la operación de la empresa.

d.5.1.2.2. Diferido.- Son valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.

d.5.1.2.3. Circulante.- Aquellos bienes materiales o créditos que están destinados a la operación mercantil, que se tienen en operación de modo más o menos continuo y que, como operaciones normales de una negociación pueden venderse, intercambiarse por otros, convertirse en efectivo, ser material de otros tratos semejantes y peculiares de toda empresa industrial o comercial. ⁷

d.5.2. Depreciaciones.

d.5.2.1. Concepto.

Es el proceso de asignar a GASTO el COSTO de un activo de planta o un activo fijo, durante el periodo en que se usa el activo.

⁷COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Bco. La Paz. Bolivia.

d.5.2.2. Métodos.

- ❖ Método legal o de coeficientes.
- ❖ Método de línea recta.
- ❖ Método de la suma de los dígitos de los años.

d.5.3. Amortizaciones.

d.5.3.1. Concepto.

Porcentaje mediante los cuales se calcula el importe de la amortización anual de los activos diferidos. Redimir una deuda. Amortizar significa considerar que un determinado elemento del activo fijo empresarial ha perdido, por el mero paso del tiempo, parte de su valor.

d.5.4. Presupuestos.

d.5.4.1. Concepto.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

d.5.4.2. Objetivos.

- ✦ Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.
- ✦ Controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.⁸

d.5.5. Costos.

d.5.5.1. Definición.

Es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo: el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto.

d.5.5.2. Clases.

d.5.5.2.1. Costos Fijos.- Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa.

⁸ ZAPATA, Sánchez, Pedro, Contabilidad General, cuarta edición, 2003.

d.5.5.2.2. Costos Variables.- Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender".

d.5.6. Punto de Equilibrio.

d.5.6.1. Definición.

Estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

d.5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

d.5.7.1. Concepto.

El Estado de Resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado.

d.5.8. Flujo de caja.

d.5.8.1. Definición.

Es el informe contable principal que presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.

d.5.8.2. Propósitos.

- ❖ Proveer información sobre los ingresos y desembolsos del efectivo de la empresa, a fin de ayudar a inversionistas, proveedores de bienes, servicios y dinero a evaluar la posición del efectivo empresarial.
- ❖ Evaluar los efectos de la posición financiera de la empresa en cuanto a transacciones de financiamiento y de inversiones.

En síntesis, el propósito general del Estado de Flujo del Efectivo es informar sobre los cambios en la situación financiera en términos de liquidez.⁹

⁹ BRAVO, Valdivieso, Mercedes, Contabilidad General, sexta edición, 2005, Quito.

d.6. EVALUACION FINANCIERA

d.6.1. Valor Actual Neto

d.6.1.1. Definición.

El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo).

d.6.1.2. Reglas de Decisión.

- ❖ Si el VAN es mayor a cero, quiere decir que la inversión deja ganancias.
- ❖ Si es igual a cero, entonces se está en el punto de equilibrio y no se producirán pérdidas ni ganancias.
- ❖ Si el VAN es menor que cero, quiere decir que la inversión va a dar como resultado pérdidas.

d.6.2. Periodo de Recuperación del Capital.

d.6.2.1. Concepto.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital.

d.6.3. Tasa Interna de Retorno.

d.6.3.1. Definición.

Definido como la Tasa interna de retorno de una inversión para una serie de valores en efectivo. La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial.

Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

d.6.3.2. Reglas de Decisión.

- $TIR > i \Rightarrow$ Realizar el proyecto
- $TIR < i \Rightarrow$ No realizar el proyecto
- $TIR = i \Rightarrow$ Es indiferente entre realizar el proyecto o no.

d.6.4. Relación Beneficio-Costo.

d.6.4.1. Definición.

La relación beneficio/costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una

comunidad. La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto.

d.6.4.2. Interpretación.

- Si el resultado es mayor que 1, se puede realizar el proyecto.
- Si el resultado es igual a 1, eso es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado es menor a 1, se debe rechazar el proyecto.

d.6.5. Análisis de sensibilidad.

d.6.5.1. Concepto.

Es el primer paso para reconocer la incertidumbre. Nos interesa examinar cómo el cambio en una variable afecta un resultado. Esto permite identificar las variables más críticas o construir escenarios posibles que permitirán analizar el comportamiento de un resultado bajo diferentes supuestos.¹⁰

¹⁰Universidad Tecnológica Equinoccial; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos.

d.7. PLÁTANO.



d.7.1. Generalidades.

El plátano, a fines del pasado siglo, era una planta casi desconocida en Europa, a donde habían llegado muy escasos ejemplares, traídos de las regiones tropicales por naturalistas viajeros y se conservaban como preciosas rarezas en los invernaderos cálidos de algunos museos de las capitales europeas.

El plátano se consideraba como un producto raro que solo ocasionalmente llegaba a los puertos de la zona templada, debido a la previsión de los tripulantes; quienes, para mejorar su alimentación en el curso de las travesías, embarcaban algunos racimos en sus escalas de los Mares del Sur.¹¹

d.7.2. Concepto.

Es una baya alargada, de diez a quince centímetros de longitud, algo encorvada y de corteza lisa verde o amarilla. Es un Fruto comestible de grandes vitaminas y proteínas.

El plátano o banana es, quizás, la fruta que más se consume en el mundo. Probablemente originaria de la zona tropical asiática, su

¹¹Cámara de la Pequeña Industria de Guayas, División de Proyectos, Septiembre 2003.

cultivo se ha extendido prácticamente a todas las regiones del mundo que no padecen heladas, o que solo las padecen excepcionalmente.

d.7.3. Descripción de la planta.

El plátano es una planta herbácea perenne cuya gran dimensión le hace asemejarse a un árbol. Su altura oscila entre 3,5 m y 7,5 m, aunque a veces supera esta última medida. Las hojas, de color verde amarillento o café oscuro, son muy largas (pueden llegar a medir 3m). El tallo es un rizoma coronado con yemas. La yema terminal, al ser empujado hacia arriba, se convierte en una inflorescencia que emerge por encima del seudotallo. Los frutos se presentan en racimos, los cuales pueden llegar a tener cientos de unidades de color verde o verde amarillento. Los frutos pueden medir entre 10 y 35 cm. ¹²

d.7.4. Clases.

d.7.4.1. Plátano Barraganete.-



¹²CHAMPION, Jean: INGENIERÍA DE AGRONOMÍA TROPICAL. El Plátano. Editorial Blume.

d.7.4.2. Plátano Hartón.- Es una planta anual de porte erecto, la raíces se originan en el cambium del cormo, forman grupos de 3 a 4 que crecen horizontalmente muy cerca de la superficie del suelo, la mayoría en los primeros 30 centímetros, su desarrollo es afectado por la textura del suelo en suelos franco arenosos su desarrollo es mayor, más profundo y resiste mejor las épocas de invierno que cuando esta en suelos franco arcillosos.¹³



d.7.4.3. Plátano Macho.- El Plátano macho es bastante más grande que el plátano común, se estrecha en su extremo inferior; su color es verde y al llegar a su estado óptimo de maduración se torna amarillo con manchas y rayas

¹³GRISALES L., Francisco. 1998. Producción de plátano Dominico Hartón según el material de siembra. Avances Técnicos. No. 258. Cenicafé. Programa de Investigación Científica.4 p.

marrones; su sabor en crudo es muy amargo y al cocer se vuelve blando, suave y mantecoso.¹⁴



d.7.5. Importancia económica y distribución geográfica.

El plátano es el cuarto cultivo más importante del mundo, después del arroz, el trigo y el maíz. Además de ser considerado un producto básico y de exportación, constituyendo una importante fuente de empleo e ingresos en numerosos países en desarrollo.

Los países latinoamericanos y del Caribe producen el grueso de los plátanos que entran en el comercio internacional, unos 10 millones de toneladas, del total mundial de 12 millones de toneladas. Es considerado el principal cultivo de las regiones húmedas y cálidas del sudoeste asiático. Aunque es uno de los cultivos más importantes de

¹⁴DÍAZ FJ, RIVERA JM y DURÁN LF. 2007. Como proteger de las plagas del suelo los cormos-semillas de plátano y banano. Departamento de Protección Vegetal, FHIA. La Lima, Cortés, Honduras. 18 p

todo el mundo, los consumidores del norte lo aprecian sólo como un postre, pero constituye una parte esencial de la dieta diaria para los habitantes de más de cien países tropicales y subtropicales.

d.7.6. Calidad.

Los plátanos de todas las categorías deben presentar las siguientes características:

- Verdes, sin madurar.
- Enteros.
- Consistentes.
- Sanos, se excluirán los productos atacados por podredumbres o alteraciones que los hagan impropios para el consumo.
- Limpios, exentos de materias extrañas visibles.
- Exentos de daños producidos por parásitos.
- Exentos de olores o sabores extraños.

d.7.7. Valor Nutricional.

Los plátanos son muy ricos en hidratos de carbono por lo cual constituyen una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo. Además es un fruto que presenta una gran riqueza de ambos. Su gran riqueza en vitamina C, combinada con su riqueza en fósforo, resulta ideal para el fortalecimiento de la mente. Comer plátanos resulta muy adecuado en las personas mayores para retrasar problemas de senilidad o en los estudiantes para aumentar la memoria, especialmente en épocas de exámenes.

d.7.8. Condiciones Ambientales.


Las tierras bajas y húmedas son las que mejor se adaptan a las exigencias del plátano. Como se ha visto solo las formas enanas pueden crecer en alturas próximas a los 1.000m.

Debido a lo corto de las raíces de la planta, el suelo superior es el que debe reunir las condiciones requeridas. Y estas condiciones son las de un suelo fértil y de gran calidad.

d.7.8.1. Corno. El s un tallo subterráneo en el cual nacen las raíces y los peciolos de las hojas cuyo conjunto forma el seudotallo el cual puede llegar a medir hasta 4 metros de altura.¹⁵

d.7.9. Cultivo y Producción.

d.7.9.1. Factores que intervienen en la Producción.

 **Clima.**-El plátano es una planta Herbácea que se desarrolla en climas mesotérmico húmedo y semihúmedo, con una temperatura que oscila entre los 20°C y 22°C. En las zonas más bajas y hasta 14°C en las estribaciones de las zonas altas.

¹⁵PROGRAMA DE PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS, 1996. Documentos de trabajo elaborados por Mónica Oliva y Roaldo Hilario.

- ✚ **Selección del terreno.**-Es uno de los factores de mayor importancia al establecer el cultivo, ya que guarda gran relación con la vida útil y calidad de la plantación, con la posibilidad de mecanización de ciertas labores, facilidad de cosecha y manejo de problemas fitosanitarios. Debe estar cerca a fuentes de agua, con vías de acceso y tener buenos drenajes o posibilidad de realizarlos.

- ✚ **Adecuación del terreno.**-La preparación del terreno para la siembra de plátano depende de factores como la Procedencia del lote a sembrar; sólo en el caso de potreros se justifica el empleo de maquinaria agrícola. Propiedades físicas del suelo como textura, estructura y la topografía del terreno. La preparación del terreno debe involucrar el mínimo de labores para evitar disturbar el suelo y no predisponer las plantas al volcamiento se debe realizar controlando mecánica y/o químicamente las malezas dependiendo del estado de éstas.

- ✚ **Drenajes.**-Los drenajes se deben realizar en regiones húmedas, donde la precipitación anual es alta y los suelos son planos o ligeramente ondulados. Su objetivo es la evacuación del exceso de agua que se encuentre bien sea en la superficie del suelo o a mayor profundidad, propiciando así buenas condiciones de aireación en la zona radicular.

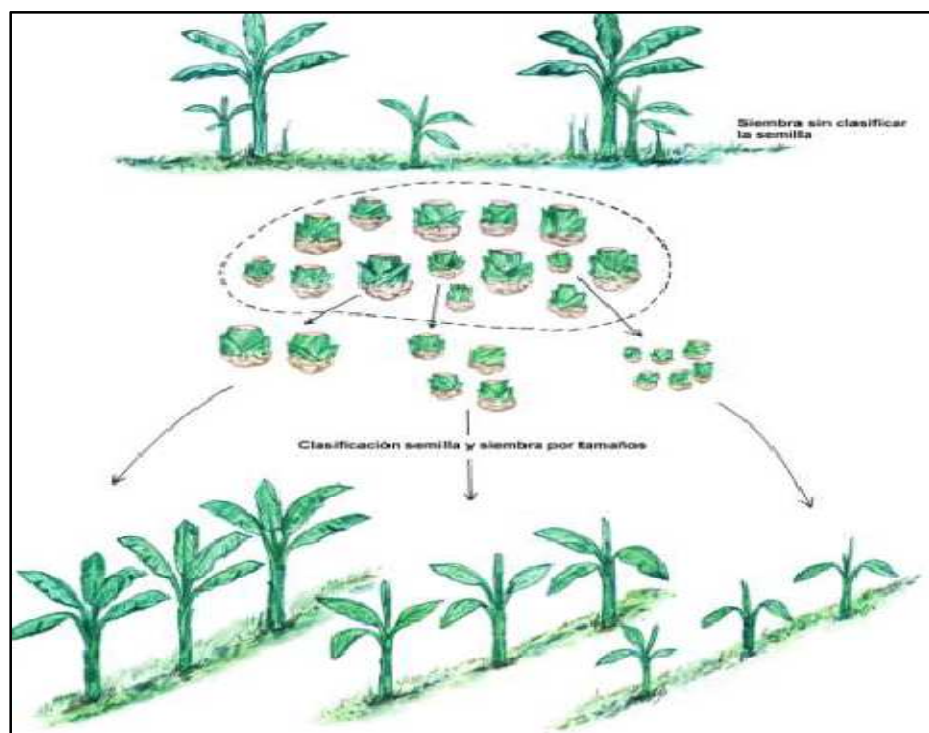
Tipos de drenajes:

- ❖ **Canales primarios:** Tienen como función recoger y evacuar rápidamente las aguas provenientes de los canales secundarios y terciarios. Para su construcción o adecuación se puede aprovechar la mayor depresión del terreno, ríos y quebradas.
- ❖ **Canales secundarios:** Constituyen la base del sistema de drenajes. Su profundidad y frecuencia están determinados por la topografía y el nivel freático de los suelos.
- ❖ **Canales terciarios:** Depositán sus aguas en los canales secundarios. Sirven para mantener el nivel freático a una profundidad adecuada para las raíces, evacúan rápidamente las aguas superficiales evitando encharcamientos.
- ❖ **Canales cuaternarios o Sangrías:** Se construyen en áreas pequeñas donde se producen encharcamientos para evacuar el agua superficial.

✚ **Selección de la Semilla.-** La semilla a utilizar debe estar libre de plagas y/o enfermedades, y provenir de plantas con racimos de buena calidad. Por la semilla se transmiten plagas como picudos, gusano tornillo, nematodos. En lo posible utilizar semilla tipo aguja, de 1 m. de altura mínimo, y el corno o cepa de peso mínimo de 1 kilo.

✚ **Preparación de la Semilla.**-Elimine el vástago en forma de inclinada 5 cm por encima del cormo o cepa, para que el rebrote salga más rápido y elimine las raíces de la cepa, teniendo cuidado de no dañar las yemas, lo cual garantiza acortar el tiempo entre la producción de dos racimos de un mismo sitio. En caso de encontrar galerías en la cepa, hechas por picudos, elimínela para semilla.

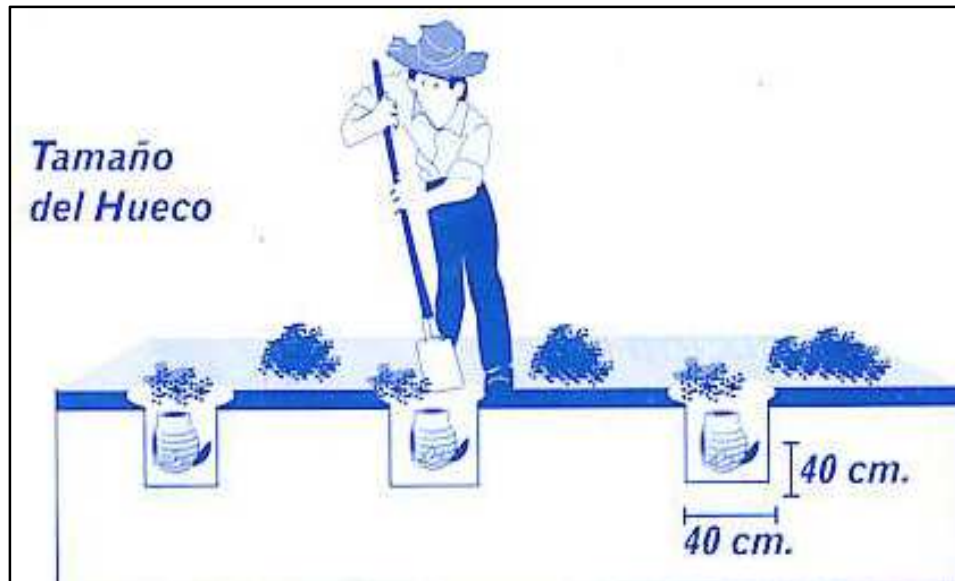
✚ **Clasificación de la Semilla.**-Debido a los diferentes tamaños de semilla, al sembrarse en forma indiscriminada o al azar se tiene problemas con pérdida de plantas por competencia y diferencia en la época de cosecha. Antes de la siembra hay que clasificar o agrupar la semilla por tamaños y luego distribuirlas en la parcela de acuerdo a los tamaños.



- ✚ **Tratamiento de la semilla.**-Todos los cormos, así provengan de plantaciones sanas y bien manejadas, deben tratarse para prevenir el ataque de plagas y enfermedades, con una solución que contenga un insecticida, un nematicida y fungicida. Lo más aconsejable es hacerlo asperjando las pilas de semilla o directamente en el hoyo; también puede hacerse sumergiéndolas, pero es más riesgoso para los operarios.



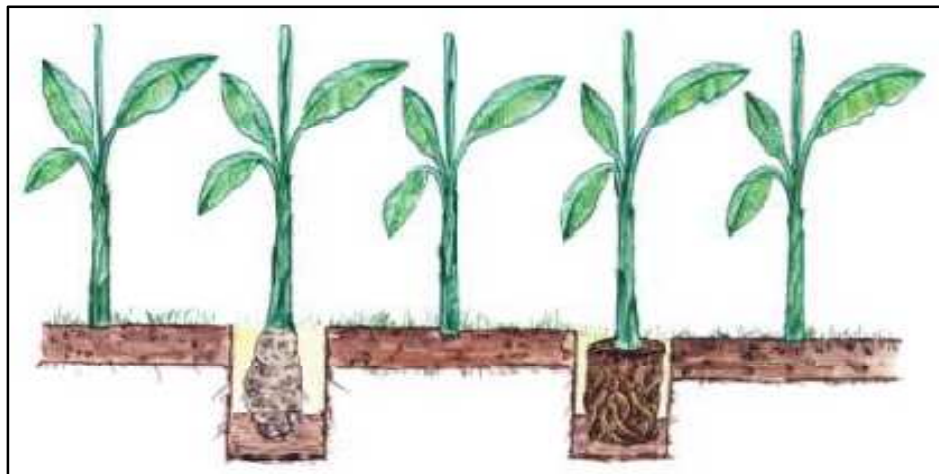
- ✚ **Ahoyado.**-Esta labor debe realizarse cuando el suelo este húmedo. Puede hacerse manualmente con pala o mecánicamente con taladro accionado por tractor, cuando hay escasez de mano de obra o en el suelo pesado y seco. El suelo de la capa superior debe separarse del de la capa inferior.
- ✚ **Tamaño del hoyo.**- En suelos sueltos y pesados o arcillosos puede variar entre 30 y 40 cm. de profundidad y 40 cm. de ancho. La remoción del suelo es favorable para el crecimiento de raíces.



- ✚ **Siembra.**-La siembra puede hacerse en doble hilera, utilizando un espacio de 3 m. de centro a centro de doble hilera, 1.20 m. entre hilera y 1m. entre plantas.



- ✚ **Resiembra.**-Los sitios perdidos por ataque de plagas, enfermedades o por exceso de agua, deben volverse a sembrar. Para ello trasplante preferiblemente hijos tipo puyón, los cuales se pueden separar de la planta madre y sembrarse sin necesidad de cortar sus raíces ni pseudotallo.



- ✚ **Deshije.**-Una vez seleccionamos los hijos que van a mantener la secuencia de producción, el resto deben eliminarse, utilizando preferiblemente el sacabocado que elimina la yema vegetativa.



- ✚ **Deshoje.**-Se eliminan las hojas dobladas y secas cortando de abajo hacia arriba en el punto de unión de los semilimbos con el pseudopeciolo. Hay que recordar que para producir un racimo de buen tamaño y calidad, la planta requiere como mínimo de ocho hojas funcionales o activas. Para tal efecto tenga presente, que en promedio la planta produce o emite una nueva hoja cada nueve días para condiciones de clima medio y cada siete días para clima cálido.



- ✚ **Desyerbas.**-Las malezas o compiten por luz, agua y nutrientes, además son hospedajes de plagas y enfermedades, por lo tanto hay que eliminarlas con herramientas manuales como machete o azadón, nunca lo haga con rastrillos de tracción animal o accionados por tractor. Estos no solo compactan el suelo sino que también dañan las raíces de las plantas. También pueden recurrirse al control químico, mediante la aplicación de un solo

herbicida o en mezcla con otro, de acuerdo con las malezas a controlar.



- ✚ **Fertilización.**-Antes de iniciar un programa de fertilización, se debe realizar un análisis de suelo para determinar claramente los nutrientes requeridos. Para condiciones de alta precipitación que conllevan a pérdida rápida de nutrientes, se debe aportar gran cantidad de materia orgánica para contribuir al mejoramiento del suelo. La aplicación de cualquier nutriente se debe realizar en forma de corona y fraccionada para hacerlo más aprovechable por la planta.
- ✚ **Sistema de producción.**-El plátano puede sembrarse bajo diferentes sistemas de producción, tales como el de asocio con café, cacao, maíz o frijol; sin embargo, los mayores beneficios económicos se mantienen bajo el sistema de monocultivo o plátano solo. Al sembrar frijol, maíz o yuca entre las calles del cultivo,

estos pueden afectar la duración del ciclo vegetativo de la planta de plátano, pero en cuanto a producción los racimos más pesados se obtienen al sembrar intercalado frijol, debido posiblemente a la capacidad de fijación del nitrógeno que tienen las leguminosas.

- ✚ **Apuntalamiento.**-Esta práctica se implementa cuando se poseen plantas con pseudotallo débil y mal anclaje, por tanto son susceptibles al volcamiento ocasionado por el viento y/o el mismo peso del racimo. Para evitarlo, apuntálas con varas de bambú o bien con fibra plástica.

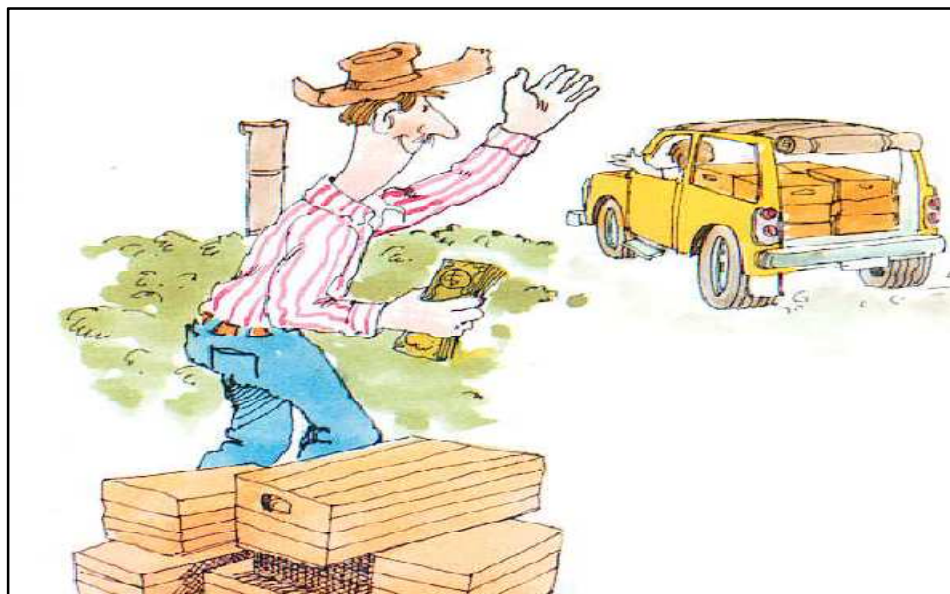
- ✚ **Embolse.**-Es un método eficaz para evitar el daño de insectos en el racimo. También mejora a la apariencia de los frutos en cuanto a coloración, brillo, grosor y longitud. El racimo alcanza más rápido la época de corte.

- ✚ **Encinte.**-Esta práctica se realiza al momento del belloteo y sirve para conocer el momento de corte de los racimos, al igual que el número de plantas que pueden o deben ser cosechadas.

- ✚ **Desbellote (deschire).**-Una vez formada la última mano del racimo, elimine la bellota o chira. Esta práctica favorece el desarrollo y llenado de los frutos, obteniendo racimos de mayor tamaño y peso. Hacerlo preferiblemente con una horqueta de madera o la media luna, si no le es posible con la mano.

✚ **Cosecha.**-Se corta el racimo cuando los frutos estén verdes y llenos sin que se noten sus aristas o filos.Para evitarlo use dos operarios, uno que doble la planta y el otro que sostenga el racimo mientras el primero lo corta. Para doblar la planta use una puya de bambú o un machete.

✚ **Comercialización.**-Los precios varían de acuerdo a la zona de producción, al tamaño del plátano y a la forma de venta, pero lo cierto es que debido a la escasez del producto en el mercado se ha eliminado la estacionalidad de los precios, o sea que los precios bajaban de diciembre hasta marzo y luego subían para volver a bajar a finales del año.



✚ **Destronque.**-Una vez cosechado el racimo, debe eliminarse el pseudotallo lo más pronto, cortándolo en trozos pequeños para acelerar la descomposición e incorporación al suelo. Si desea

puede dejar una porción para la elaboración de trampas para picudo negro. El pseudotallo sirve de hospedaje a plagas y enfermedades.¹⁶

d.8. HARINA DE PLÁTANO.

d.8.1. Definición.

La harina de plátano es un producto elaborado que nos da muchas posibilidades culinarias, aportando el rico sabor de la fruta e interesantes propiedades nutricionales. De hecho, hace meses que se están realizando pruebas para incluir la harina de plátano en la elaboración de espagueti con la finalidad de proporcionarle componentes saludables como antioxidantes o fibra entre otros.

d.8.2. Usos.

Hasta ahora, la harina de plátano la hemos incluido en la elaboración de bizcochos, magdalenas, galletas y crepes, pero va siendo hora de hacer nuevas recetas.

Una de las preparaciones más habituales con esta harina es la de papillas para los niños y las personas mayores, basta con añadir agua

¹⁶ROSALES FE, ÁLVAREZ JM y VARGAS A. 2008. Guía práctica para la producción de plátano con altas densidades. Experiencias de América Latina y El Caribe (FE Rosales, ed.). Bioversity International, Montpellier, Francia. 24 p

y dejar cocer unos minutos, y endulzar con azúcar, panela o miel. De igual modo se pueden elaborar ricas sopas, cremas o purés.

Con respecto a la sustitución de parte de la harina de trigo por **harina de plátano** en productos de repostería, hay distintas fórmulas. Es interesante saber que la harina de plátano carece del gluten que contiene la harina de trigo, además de que absorbe más agua y gelifica con mayor rapidez. Otro uso común de esta harina es la de espesante de salsas, muy bueno, por cierto.

d.8.3. Propiedades Beneficiosas.

Sus propiedades medicinales son por demás conocidas desde la antigüedad: previene el colesterol y con su poder protector resulta ideal para combatir la gastritis o prevenir las úlceras. El plátano es un alimento muy poderoso y de fácil asimilación, sea al natural, preparado en pastas, dulces o confituras. Es un excelente alimento. Se prepara una harina que es blanda y aromática, dulce y nutritiva, de fácil digestión, muy apropiada para individuos debilitados, enfermos y convalecientes y superior a todas las demás harinas alimenticias.

Este fruto tiene excelentes propiedades; siendo muy rico en potasio, lo que permite equilibrar el agua del cuerpo al contrarrestar el sodio y favorecer la eliminación de líquidos, por lo que resulta ser adecuada para todos aquellos quienes quieren reducir de peso, favoreciendo los regímenes de adelgazamiento.

d.8.4. Composición y Valor nutritivo.

La Harina de Plátano es uno de los alimentos más equilibrados ya que contiene todos los grupos de vitaminas y nutrientes. Es muy rica en hidratos de carbono y sales minerales, como: calcio orgánico, potasio, fósforo, hierro, cobre, flúor, yodo y magnesio.

Su gran riqueza en vitamina C, combinada con la del fósforo, resulta ideal para el fortalecimiento de la mente. Es decir, es remineralizante y energético. Consumir tanto la harina de plátano como el fruto en sí, es muy beneficioso para niños, ancianos, enfermos y atletas, constituyéndose como una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo. Es mejor consumir harina de plátano de guineo o comúnmente llamado, “seda”.¹⁷

d.9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

d.9.1. Definición.

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

¹⁷CHARLEY, Helen; Tecnología de Alimentos. Editorial Limusa S.A México, 1995.

d.9.2. Organigramas.

d.9.2.1. Concepto.

Son cuadros de organización que muestran ordenadamente los diferentes agrupamientos de las actividades básicas en departamento y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad.

d.9.2.2. Clases.

Los organigramas que hemos establecido en nuestra compañía son: Estructural, funcional y el posicional.¹⁸

d.9.3. Niveles jerárquicos.

d.9.3.1. Concepto.

Se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva.

d.9.3.2. Clases.

La empresa tendrá los siguientes niveles jerárquicos:

¹⁸COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México.

- Nivel Legislativo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Asesor.
- Nivel de Apoyo.

d.9.4. Manual de funciones.

d.9.4.1. Concepto.

Determina las funciones, responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa. Así como también define la línea de autoridad.¹⁹

¹⁹PASACA MORA, Manuel Enrique, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Loja-Ecuador 2004.

Y Materiales

y

Y Métodos

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Durante el proceso de elaboración de nuestro proyecto de investigación; sin duda tuvo un estricto curso de cada una de las técnicas, métodos que fueron congregadas a una metodología idónea y capaz de responder sistemáticamente a las distintas interrogantes que hemos planteado en este proyecto.

e.1. MATERIALES:

Los materiales que se utilizaron en el presente trabajo investigativo fueron:

- Materiales bibliográficos.
- Útiles de escritorio en general.
- Equipo de computación.

e.2. MÉTODOS:

Inductivo.- Este método ayudó a realizar un análisis de lo particular a lo general según los gustos y preferencias de los consumidores. Empleado para analizar la población y así poder determinar la muestra. Cada estudio de: mercado, técnico, administrativo, económico, permitió conocer la factibilidad del proyecto en todas sus faces.

Descriptivo.- Se lo utilizó para describir la información existente en documentos, hechos o del estudio de mercado que se va a realizar.

Deductivo.- Este método permitió seleccionar el objeto de estudio para poder delimitarlo y formular el problema, para lo cual se hizo un análisis de la realidad global a la realidad local; además ayudó a desarrollar el marco teórico porque se analizó conceptos universales de lo general a lo particular.

e.3. TÉCNICAS:

En el transcurso del proceso a más de los métodos se utilizó sus respectivas técnicas, las que ayudaron al desarrollo de la tesis objeto de estudio; tales como:

Revisión Bibliográfica.- Ayudó a recolectar información eficaz y eficiente de los términos que se utilizó en el transcurso del proceso de la investigación, es más nos orientó en el trabajo a realizarse.

Observación.- La observación se la empleó en la primera visita realizada a los productores y a los diferentes negocios del cantón El Pangui, para conocer su realidad y funcionamiento, y así relacionarnos directamente con el objeto de estudio.

Encuesta.- Es la técnica que juega un papel preponderante en el transcurso del proceso investigativo, ya que aportó datos fundamentales obtenidos de la aplicación tanto a los habitantes, a los intermediarios del Cantón El Pangui para conocer si el proyecto en estudio va a tener aceptación o no, y a los productores del mismo sector para cumplir con el primer objetivo.

CUADRO N° 1

LISTA DE INTEMEDIARIOS DEL CANTÓN EL PANGUI

N.		ACTIVIDAD ECONÓMICA	NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE
1	EL PANGUI	Tienda "Reina del Cisne"	Almeida Ujukan Rubén
2		Tienda "Las Orquideas"	Álvarez Merino Mirian
3		Tienda de Abarrotes "David"	Córdova Granda Margoth
4		Minimarket "M-M"	Encarnación Salazar Maritza
5		Comercial "Karen"	González Bravo Rocío
6		Tienda de Abarrotes "González"	González Lalangui Eduardo
7		Comercial "Herrera"	Herrera Agreda Luis
8		Comercial "Juanita"	Herrera Agreda Marco
9		Comercial "Ordoñez Luna"	Luna Cajas Maura
10		Tienda de Abarrotes "Luna Cajas"	Luna Cajas Victor
11		Micromercado "Loja"	Marín Rosillo Vicenta
12		Comercial "Mónica"	Mendoza Ávila Melania
13		Tienda de Abarrotes "Daniela"	Morales Sarmiento Inés
14		Tienda de Abarrotes "Margari"	Ordoñez Gordillo Marcelino
15		Tienda de Abarrotes "El Pangui"	Orozco Pucha Clemente
16		Comercial "Ayleen"	Peñafiel Calle Edwin
17		Comercial "Jean Carlos"	Punin Tello Carlos
18		Tienda "Jesús del Gran Poder"	Rodríguez Naula María
19		Comercial "Maxcenter"	Salazar Rojas José
20		Tienda "Reina del Cisne II"	Tama Llyvin Victor
21		Minimarket "M&M"	Tandazo Álvarez Luz
22	Minitienda	Pinzón Alexandra del Carmen	
23	Tienda de Abarrotes	Arteaga Cevallos Juan Gabriel	
24	Tienda de Abarrotes	Barros Bustamante Milton Vicente	
25	Minitienda	Camacho Ordoñez Luz América	
26	Minitienda	Cañar Calderón María Julia	
27	Minitienda	Cedillo López Segundo Serafin	
28	Tienda de Abarrotes	Gómez Loja Segundo Hermenegildo	
29	Tienda de Abarrotes "César"	Lozano Macas César	
30	Tienda de Abarrotes "Correa"	Correa Guamán Juan	
31	Tienda de Abarrotes "Nayeli"	Jiménez Ochoa Jorge	
32	Tienda de Abarrotes "Pachicutza"	Macas Saca Rosa	
33	Micromercado "Pauta"	Pauta Correa Carlos	
34	Minitienda "Las Gemelitas"	Sánchez Guamán Guillermina	
35	Tienda de Abarrotes "Marlene"	Soto Villalta Marlene	
36	Tienda de Abarrotes "Mayra"	Shinin Quezada Jorge	
37	Tienda de Abarrotes "Jeyson"	León Zhizhpon Elsa	
38	Minitienda "José"	Ruilova Fernández Rosa	
39	Minitienda "Laura"	Tenemaza Guartan Laura	
40	Minitienda "Marianita"	Segovia Pañi Rosa	
41	Minitienda "Juan"	Tocachi Ayavaca Juan	
42	Tienda de Abarrotes "Lucas"	Zhizhpon Aguilar María	
43	Minitienda "Mecías"	Zhizhpon Aguilar Segundo	
44	Tienda de Abarrotes "Lizbeth"	Bonilla Villacis Estela	
45	Minitienda "Franco"	Fajardo Fajardo María	
46	Tienda de Abarrotes "Patricio"	Zhungo Cobos Martha	
47	Minitienda "María"	Chávez Castro María	
48	Tienda de Abarrotes "Magaly"	Gómez Guzmán Edwin	
49	Tienda de Abarrotes "Alison"	Lituma Gonzáles Lilia	
50	Tienda de Abarrotes "Katty"	Lojano Sánchez Zoila	

CUADRO N° 2

LISTA DE AGRICULTORES DEL CANTÓN EL PANGUI

N.	PARROQUIAS	NOMBRE DEL AGRICULTOR
1	EL PANGUI	Marvella Japa
2		Luis Jumbo
3		José Macas
4		Rosa Acosta
5		Miguel Guamán
6		Luis Jumbo
7		José Macas
8		Rosa Borja
9		Servio Montaña
10		Segundo Bravo
11		Julia Sanmartín
12		Marcia Borja
13	PACHICUTZA	José Anbama
14		Inés Mashendo
15		Ayda Pitiur
16		Carlos Teisha
17		Magdalena Naula
18	Miguel Zamareño	
19	GUISMI	Federico Tacuri
20		Hugo Ushpa
21		Nancy Tunduama
22		Patricio Ujukan
23		Evelio Armijos
24		Jorge Jimbicti
25		Carlota Tunduama

Entrevista.- Con el afán de obtener información oral se acudió a realizar entrevistas personales a los proveedores, quienes nos brindaron información útil y verás para el desarrollo del presente estudio.

CUADRO N° 3

LISTA DE PROVEEDORES DEL CANTÓN EL PANGUI

PROVEEDORES	PROVEEDOR	NEGOCIO
Colinos	Sra. Magdalena Naula	
	Granja del Municipio	
Insumos Agropecuarios	Dr. Ruperto González	Almacén Agropecuario
	Dr. Celso Tirado	Veterinaria y Zootecnia
	Dra. Francisca Sarango	Agro campo

Muestreo.- Este método permitió determinar el número de la población que fue parte del proceso investigativo, la cual se tomó como referencia de estudio las familias que contempló según censo INEC 2001, 7.441 con una tasa de crecimiento del 1,90%, en el Cantón El Pangui, Provincia de Zamora Chinchipe.

CUADRO N° 4

POBLACIÓN PROYECTADA AL 2010

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN
2001	0,019	7441
2002	0,019	7582
2003	0,019	7726
2004	0,019	7873
2005	0,019	8023
2006	0,019	8175
2007	0,019	8331
2008	0,019	8489
2009	0,019	8650
2010	0,019	8815

Fuente: INEC.

Elaboración: Las Autoras

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

n=tamaño de la muestra.

N= población 8815/4 integrantes por familia=2204 familias.

e= margen de error, se va a aplicar el 5%.

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

$$= \frac{2.204}{1 + (0,05)^2 \times (2.204)}$$

$$n = \frac{2.204}{6,51}$$

n = 339 encuestas.

CUADRON° 5

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL PROYECTADA AL 2010

PARROQUIAS	POBLACION	FAMILIAS	FRECUENCIA	N° DE ENCUESTAS
Pangui	5051	1263	57,30	194
Pachicutza	1509	377	17,11	58
Tundayme	532	133	6,03	21
Guismi	1723	431	19,56	66
TOTAL	8815	2204	100,00	339

Fuente: INEC.

Elaboración: Las Autoras

Resultados

f. RESULTADOS

TABULACIÓN DE DATOS

ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES

1. ¿SIEMBRA USTED PLÁTANO?

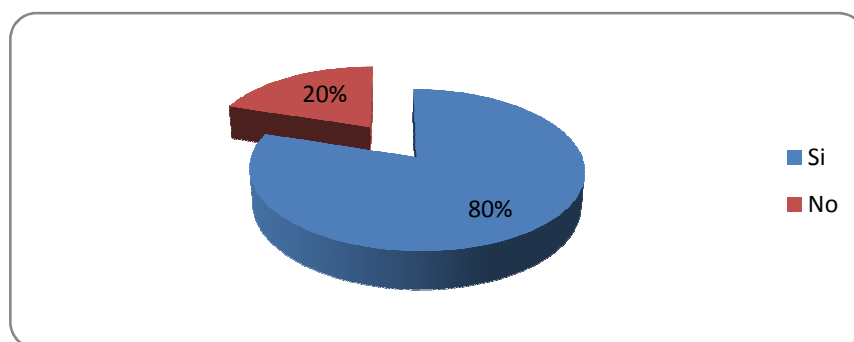
CUADRO N° 6
SIEMBRA PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	80,00
No	5	20,00
TOTAL	25	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 1



INTERPRETACIÓN

Con los datos recolectados mediante la encuesta se pudo dar cuenta que el 80% de los productores siembran plátano, mientras que el 20% siembra yuca, naranjilla y papaya.

2. ¿QUÉ TIPO DE PLÁTANO SIEMBRA USTED?

CUADRO N° 7

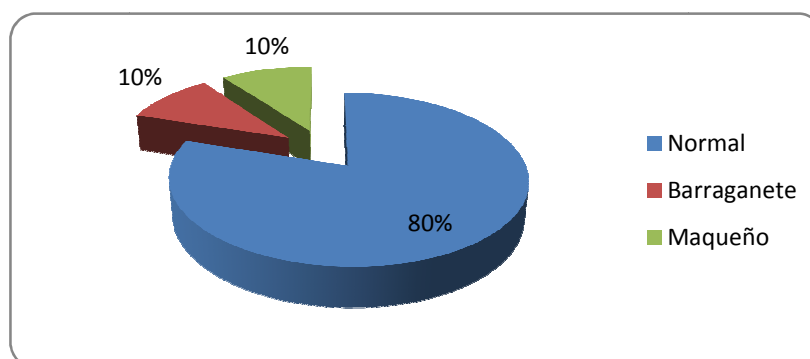
CLASE DE PLÁTANO QUE SIEMBRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Normal	16	80,00
Barraganete	2	10,00
Maqueño	2	10,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 2



INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los productores nos supieron manifestar que el 80% siembran plátano normal porque la semilla es mas fácil conseguirla, el 10% siembra plátano barraganete debido a que la semilla es escasa al igual que el otro 10% siembran plátano maqueño.

3. ¿QUÉ CANTIDAD DE TERRENO UTILIZA USTED PARA LA SIEMBRA DE PLÁTANO?

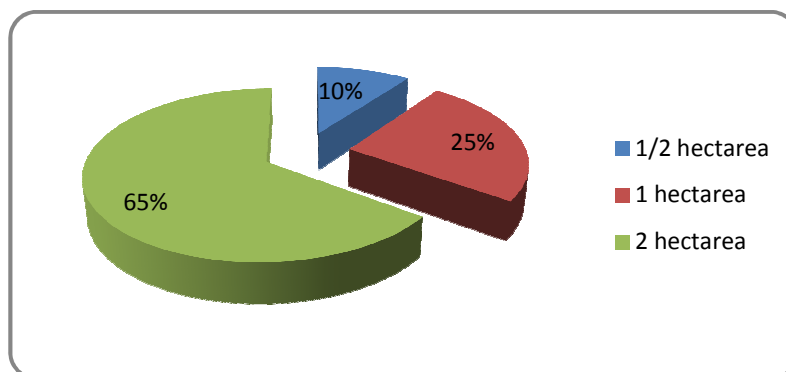
CUADRO N° 8

CANTIDAD DE TERRENO QUE SIEMBRA		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1/2 hectárea	2	10,00
1 hectárea	5	25,00
2 hectárea	13	65,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 3



INTERPRETACIÓN

Con los datos recolectados de las encuestas nos pudimos dar cuenta que el 10% de los productores siembran plátano en media hectárea de terreno debido a que ellos arriendan y se les hace económico esa cantidad, mientras que el 25% siembra 1 hectárea de tierra porque creen que es la cantidad suficiente para obtener ingresos para su familia y el 65% siembran 2 hectáreas de terreno porque ellos poseen terreno propio.

4. ¿QUÉ ASPECTOS TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE CLASIFICAR LA SEMILLA?

CUADRO N° 9

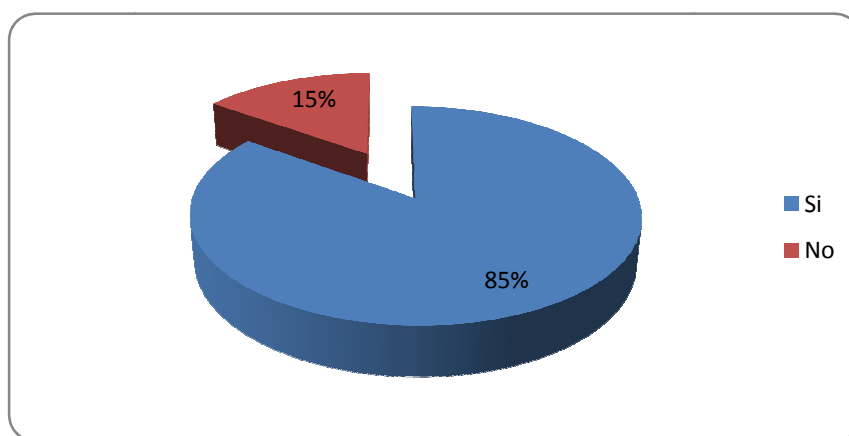
ASPECTOS TOMADOS EN CUENTA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tamaño	15	75,00
Peso	5	25,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 4



INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas aplicadas a los productores nos pudimos dar cuenta que al momento de clasificar la semilla el 75% se basan en el tamaño, mientras que el 25% consideran el peso.

5. ¿CUÁNTOS COLINOS DE PLÁTANO UTILIZA USTED PARA LA SIEMBRA?

a. Para sembrar media hectárea de terreno.

CUADRO N° 10

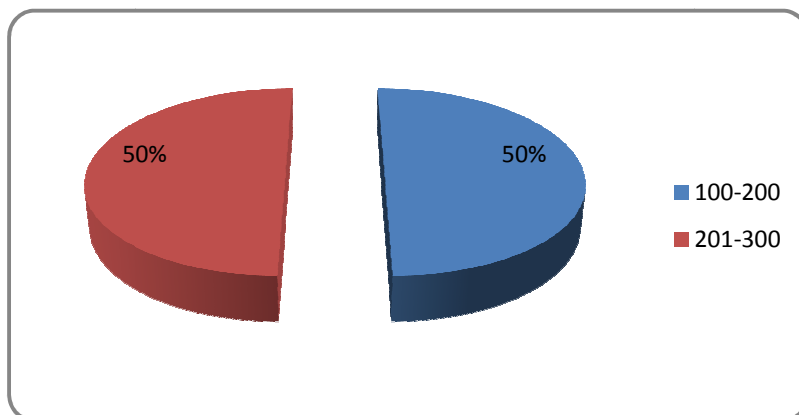
COLINOS QUE SIEMBRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100-200	1	50,00
201-300	1	50,00
TOTAL	2	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 5



INTERPRETACIÓN

Según las encuestas realizadas a los productores nos manifestaron que para sembrar en media hectárea el 50% utilizan de 100 a 200 colinos de plátanos y el otro 50% emplean de 201 a 300 colinos.

b. Para sembrar una hectárea de terreno.

CUADRO N° 11

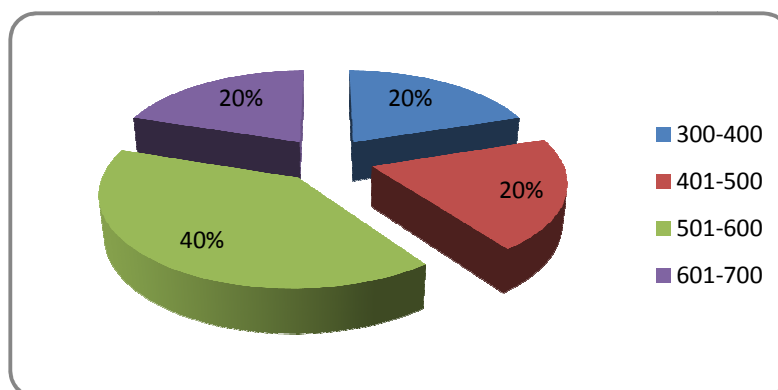
COLINOS QUE SIEMBRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
300-400	1	20,00
401-500	1	20,00
501-600	2	40,00
601-700	1	20,00
TOTAL	5	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 6



INTERPRETACIÓN

Según las encuestas que realizamos a los productores nos mostraron que para sembrar en una hectárea de plátano, el 20,00% utilizan de 300 a 400 colinos de plátanos, el otro 20,00% emplean de 401 a 500 colinos, el 40,00% utiliza de 501 a 600 y el otro 20,00% utiliza de 601 a 700.

c. Para sembrar dos hectáreas de terreno.

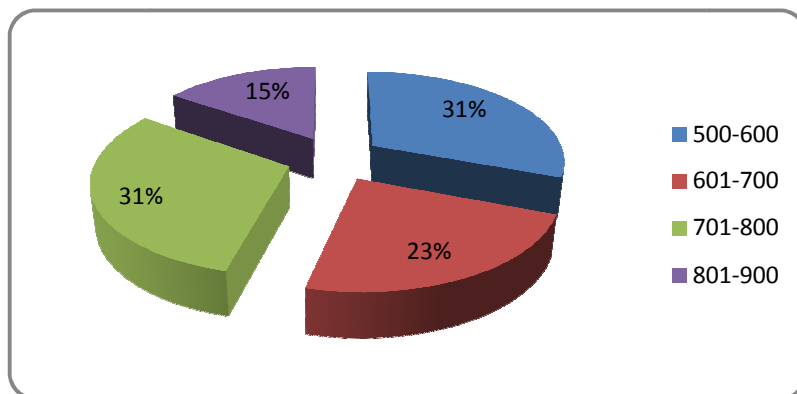
CUADRO N° 12
COLINOS QUE SIEMBRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
500-600	4	30,77
601-700	3	23,08
701-800	4	30,77
801-900	2	15,38
TOTAL	13	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 7



INTERPRETACIÓN

Mediante la aplicación de las encuestas a los productores nos manifestaron que para cultivar dos hectáreas de plátano, el 30,77% utilizan de 500 a 600 colinos de plátanos, el 23,08% emplean de 601 a 700 colinos, el 30,77% utilizan de 701 a 800 colinos y el 15,38% utiliza de 801 a 900.

6. AL MOMENTO DE REALIZAR LOS HOYOS.¿CUÁL ES LA DISTANCIA QUE DEJA ENTRE ELLOS?

CUADRO N° 13

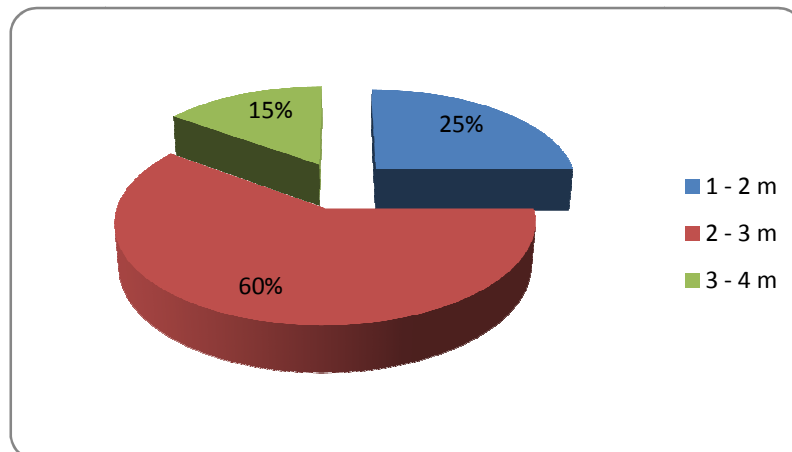
COLINOS QUE SIEMBRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 m	5	25,00
2 - 3 m	12	60,00
3 - 4 m	3	15,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 8



INTERPRETACIÓN

Mediante la realización de las encuestas a los productores nos revelaron que al momento de realizar los hoyos para sembrar los colinos de plátano, el 25% los hacían de 1 a 2 metros, el 60% de 2 a 3 metros y el 15% de 3 a 4 metros.

7. AL MOMENTO DE REALIZAR EL TAMAÑO DEL HOYO PARA SEMBRAR EL COLINO. ¿CUÁL MEDIDA CREE QUE ES LA MÁS CONVENIENTE?

CUADRO N° 14

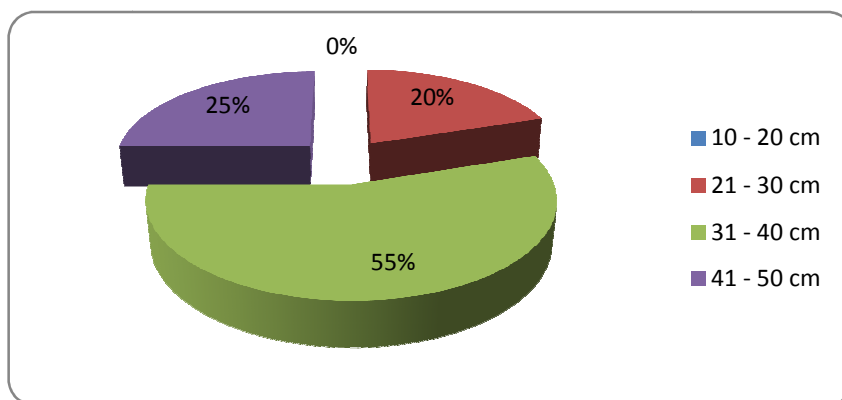
MEDIDA DEL TAMAÑO DEL HOYO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 20 cm	0	0,00
21 - 30 cm	4	20,00
31 - 40 cm	11	55,00
41 - 50 cm	5	25,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 9



INTERPRETACIÓN

Según las encuestas realizadas a los productores de plátano nos supieron manifestar que el 20% cree que la medida más conveniente es de 21 a 30 cm., el 55% nos expresó que de 31 a 40 cm., y el 25% de 41 a 50 cm.

8. ¿CREE USTED QUE EXISTE UNA FECHA INDICADA PARA SEMBRAR PLÁTANO?

CUADRO N° 15

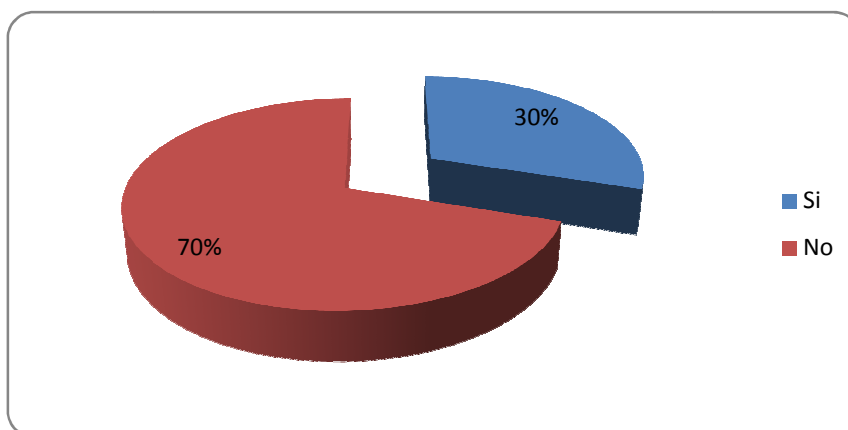
FECHA INDICADA PARA SEMBRAR

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	24,00
No	14	56,00
TOTAL	20	80,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 10



INTERPRETACIÓN

Con la aplicación de las encuestas nos manifestaron que si existe una fecha indicada para cultivar plátano con un el 24% y que tal fecha es Enero, mientras que el 56% dice que no existe fecha indicada porque ellos siembran en cualquier fecha y salen muy buenos frutos.

9. SEGÚN SU PRODUCCIÓN ¿CUÁL ES LA DURACIÓN DEL CICLO PRODUCTIVO PARA LA COSECHA DEL PLÁTANO?

CUADRO N° 16

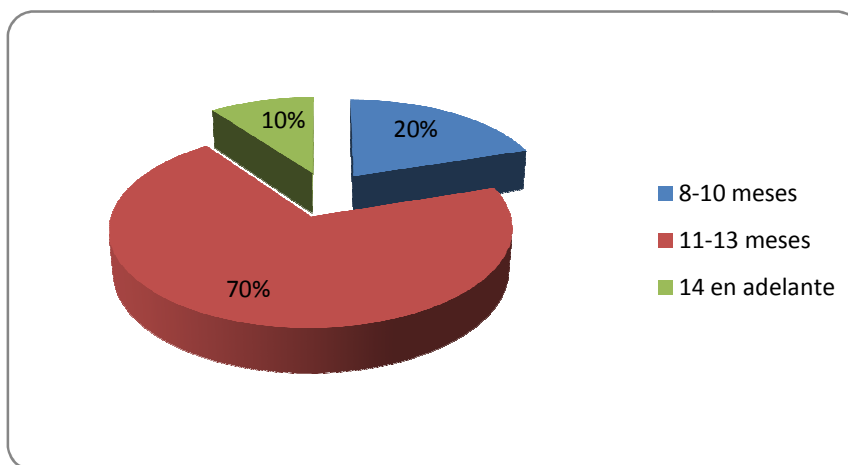
CICLO PRODUCTIVO DEL PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8-10 meses	4	20,00
11-13 meses	14	70,00
14 en adelante	2	10,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 11



INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas aplicadas a los productores nos manifestaron que para la producción del plátano la duración del ciclo vegetativo es de 8 a 10 meses con el 20%, de 11 a 13 meses con el 70% y de 14 meses en adelante el 10%.

10. ¿QUÉ CANTIDAD VENDE USTED MENSUALMENTE DE PLÁTANO?

CUADRO N° 17

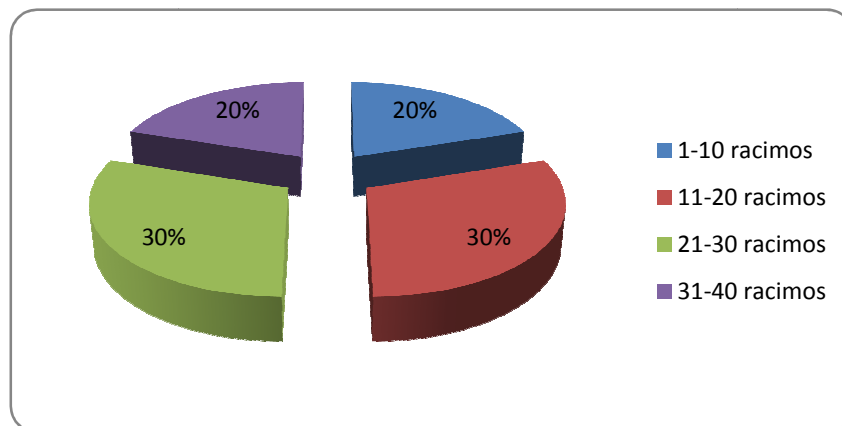
CANTIDAD QUE VENDE MENSUALMENTE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-10 racimos	4	20,00
11-20 racimos	6	30,00
21-30 racimos	6	30,00
31-40 racimos	4	20,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 12



INTERPRETACIÓN

Según las encuestas aplicadas a los productores nos indicaron que el 20% vende de 1 a 10 racimos, el 30% expende de 11 a 20 racimos, otro 30% de 21 a 30 racimos y el 20% comercializa de 31 a 40 racimos.

11. ¿A QUÉ PRECIO VENDE CADA RÁCIMO DE PLÁTANO?

CUADRO N° 18

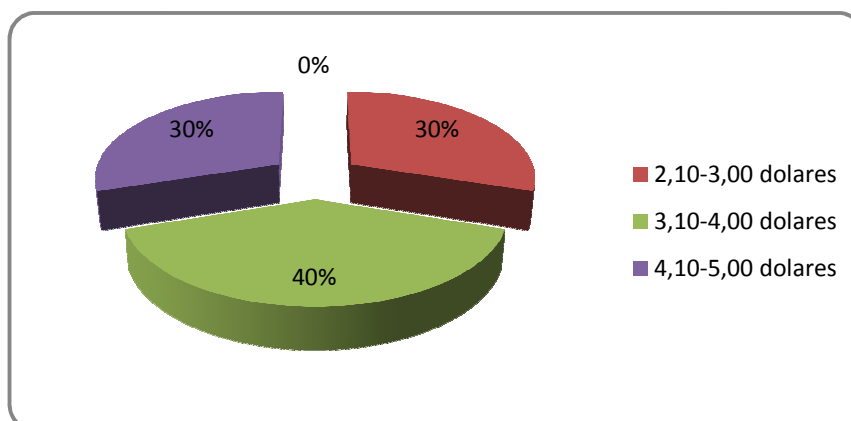
PRECIO QUE VENDE EL RÁCIMO DE PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,10-3,00 dólares	6	30,00
3,10-4,00 dólares	8	40,00
4,10-5,00 dólares	6	30,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N°13



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a los productores nos pudimos dar cuenta que sus productos son vendidos de \$2,10 a \$3,00 representando el 30%, el 40% lo expenden de \$3,10 a \$4,00 y la diferencia lo comercializan de \$4,10 a \$5,00.

12. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A DAR UN VALOR AGREGADO AL PRODUCTO QUE USTED SIEMBRA?

CUADRO N° 19

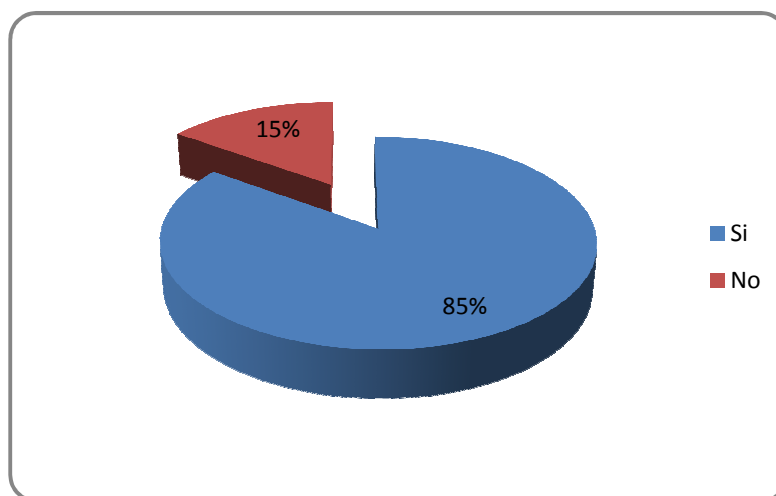
DAR VALOR AGREGADO AL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	85,00
No	3	15,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N°14



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a los productores nos manifestaron que el 85% estaría dispuesto a dar un valor agregado al producto como harina, mientras que el 15% no estaría dispuesto.

13. ¿A QUÉ LUGARES USTED VENDE EL PLÁTANO?

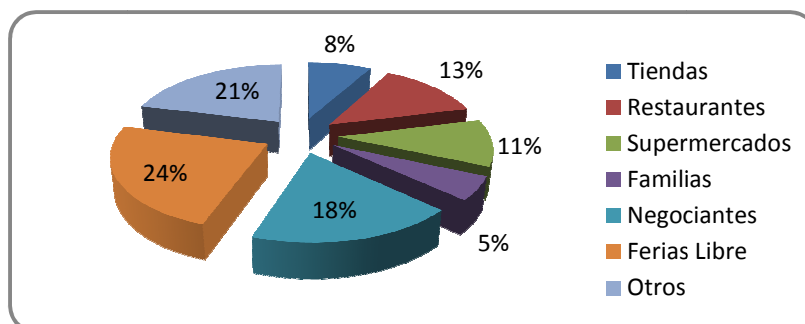
CUADRO N°20
LUGARES QUE VENDE EL PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	3	7,89
Restaurantes	5	13,16
Supermercados	4	10,53
Familias	2	5,26
Negociantes	7	18,42
Ferias Libre	9	23,68
Otros	8	21,05
TOTAL	38	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N°15



INTERPRETACIÓN

Mediante la aplicación de las encuestas a los productores nos manifestaron que los productos son vendidos en diferentes partes de la localidad como son: el 7,89% a tiendas, el 13,16% a restaurantes, el 10,53% a supermercados, el 5,26% a las familias, el 18,42% a los negociantes, el 23,68% en ferias libres y a otros para su consumo y para que le den un valor agregado el 21,05%.

14. ¿CONSIDERA IMPORTANTE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE PLÁTANO (HARINA) EN LA LOCALIDAD?

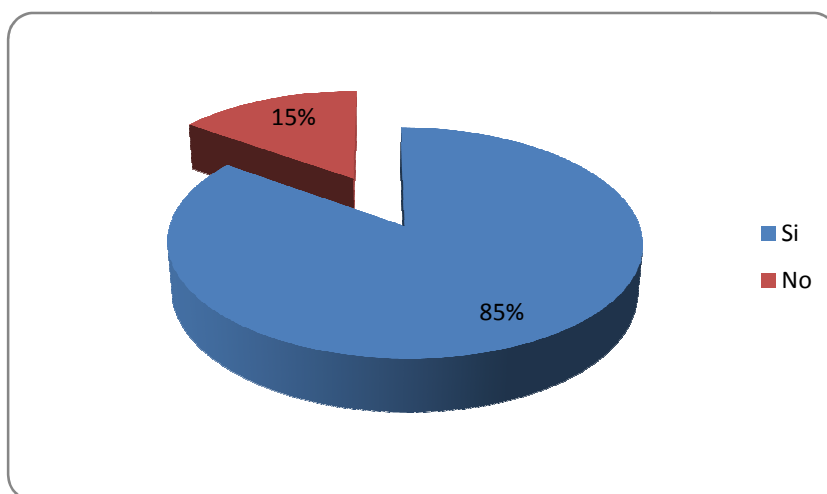
CUADRO N°21

IMPORTANCIA DE CREAR UNA EMPRESA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	85,00
No	3	15,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores
Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N°16



INTERPRETACIÓN

Con los datos adquiridos en la encuesta constatamos que el 85% considera importante la creación de una empresa productora y comercializadora de derivados de plátano (harina), y el 15% cree que no es importante.

15. ¿DE INSTALARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DE PLÁTANO (HARINA), ESTARÍA DISPUESTO A VENDERLO?

CUADRO N°22

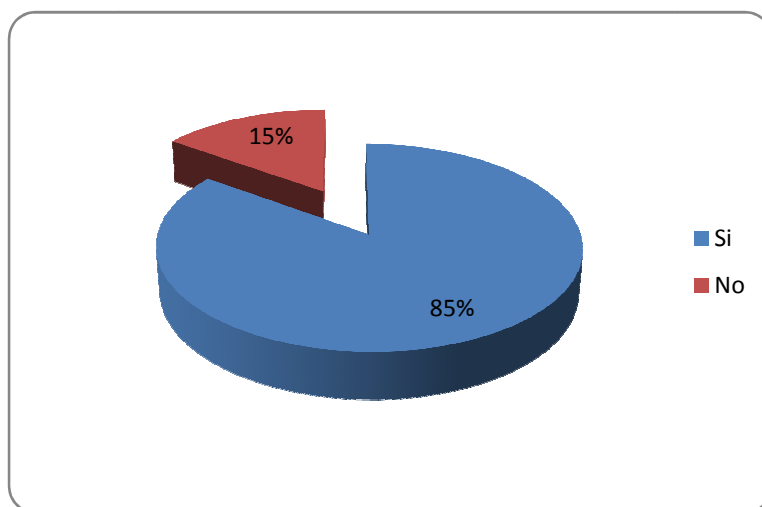
ESTARÍA DISPUESTO A VENDERLO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	85,00
No	3	15,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Los Productores

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N°17



INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas realizadas a los productores nos indicaron que el 85% si estaría dispuesto a vender sus productos, mientras que el 15% no estaría dispuesto a vendernos porque ellos entregan el producto a los negociantes que vienen de Loja.

TABULACIÓN DE DATOS

ENCUESTA APLICADA A LOS INTERMEDIARIOS

1.- ¿CONOCE USTED LA EXISTENCIA DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE ALGÚN DERIVADO DEL PLÁTANO EN LA LOCALIDAD?

CUADRO N° 23

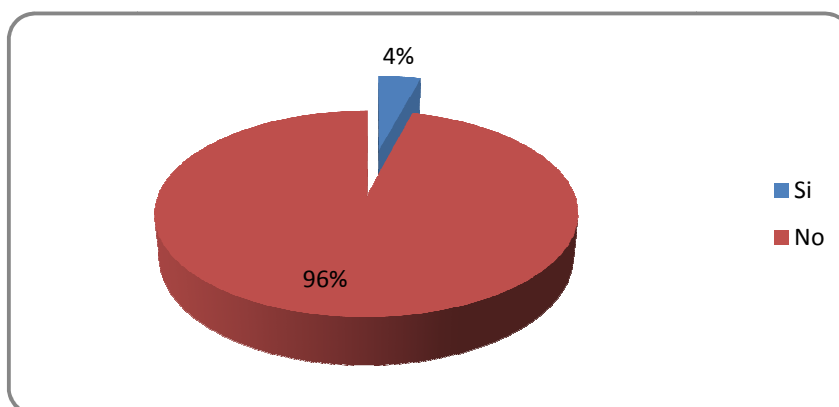
CONOCE EMPRESAS DE DERIVADOS DE PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	4,00
No	48	96,00
TOTAL	50	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 18



INTERPRETACIÓN

Según las encuestas realizadas a los 50 negocios, el 4% de ellos nos manifestaron que si conocen la existencia de empresas productoras de derivados de plátano y el 96% responde que no.

2.- ¿VENDE USTED ALGÚN DERIVADO DE PLÁTANO?

CUADRO N° 24

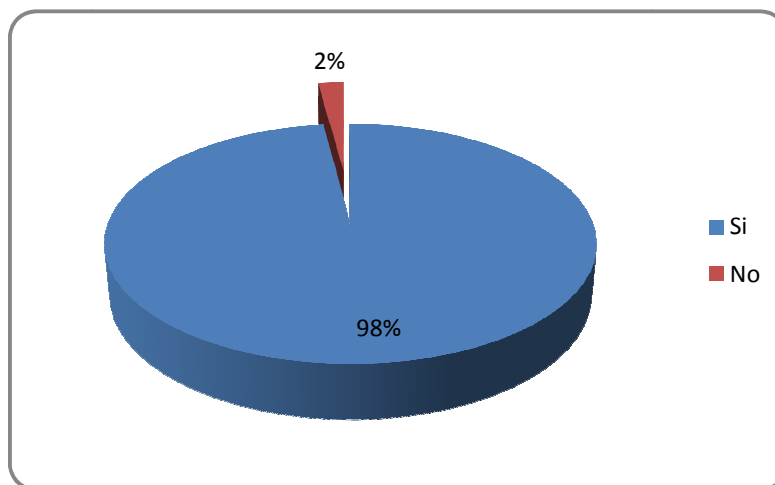
VENDE DERIVADOS DEL PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	49	98,00
No	1	2,00
TOTAL	50	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 19



INTERPRETACIÓN

El 98% de los negocios responde que si venden productos derivados de plátano como son los chifles y la harina, mientras que el 2% dice que no.

3.- ¿QUÉ PRODUCTO DERIVADOS DEL PLÁTANO TIENE MAYOR DEMANDA EN SU LOCAL COMERCIAL?

CUADRO N° 25

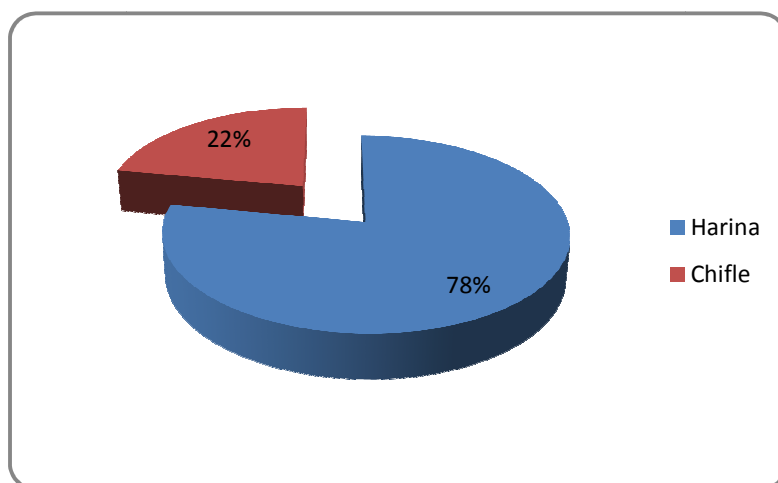
DERIVADOS DEL PLATANO CON MAYOR DEMANDA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Harina	60	77,92
Chifle	17	22,08

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 20



INTERPRETACIÓN

De los 49 negocios que si venden derivados de plátano, nos pudimos dar cuenta que el producto que mayor demanda tienen es la Harina de Plátano con el 77,92% mientras que los chifles no tienen mucha demanda con un 22,08%.

4.- ¿CUÁNTAS LIBRAS DE HARINA DE PLÁTANO VENDE USTED SEMANALMENTE EN SU NEGOCIO?

CUADRO N° 26

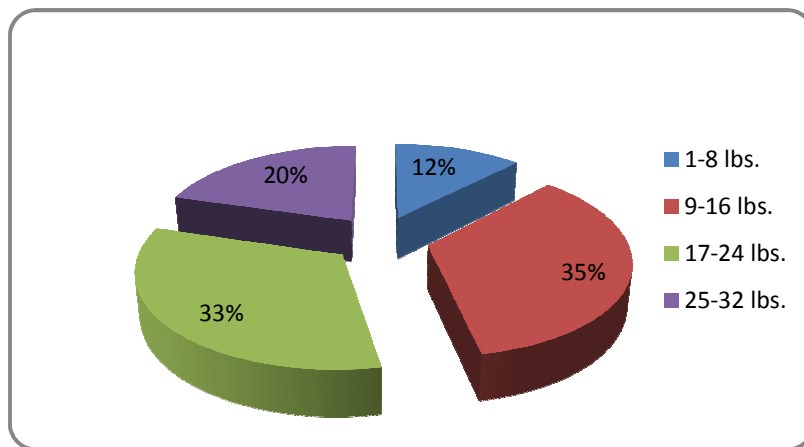
CANTIDAD DE HARINA QUE VENDE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-8 lbs.	6	12,24
9-16 lbs.	17	34,69
17-24 lbs.	16	32,65
25-32 lbs.	10	20,41
TOTAL	49	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 21



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las respuestas dadas por los comerciantes, el 12,24% venden de 1-8 libras, el 34,69% afirman que ellos venden de 9-16 libras, mientras que el 32,65% venden de 17-24 libras y finalmente el 20,41% venden de 25-32 libras de harina.

5.- ¿A QUÉ VALOR VENDE LA LIBRA DE HARINA DE PLÁTANO?

CUADRO N° 27

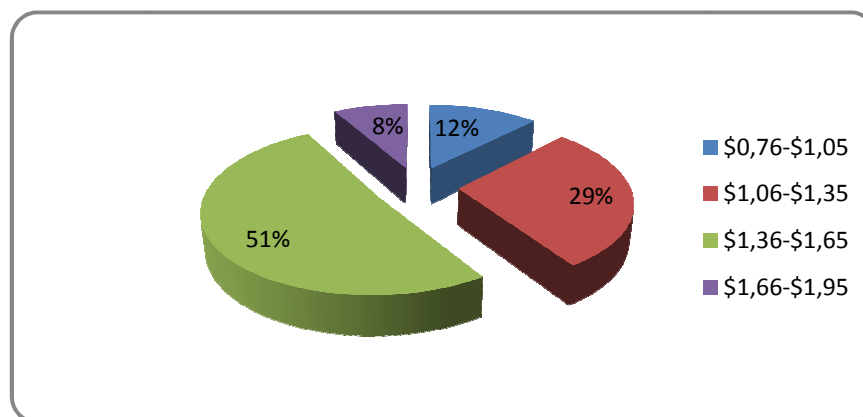
PRECIO DE LA LIBRA DE HARINA QUE VENDE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,76-\$1,05	6	12,24
\$1,06-\$1,35	14	28,57
\$1,36-\$1,65	25	51,02
\$1,66-\$1,95	4	8,16
TOTAL	49	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 22



INTERPRETACIÓN

En esta pregunta se analiza el precio de la harina de plátano en presentación de una libra, el 8,16% manifiestan que su precio esta de \$0,76-\$1,05, el 12,24% opinan que están entre el \$1,06-\$1,35, mientras que el 28,57% vende desde \$1,36-\$1,65 y por último el 51,02% venden su producto desde \$1,66-\$1,95.

6.- ¿EN DÓNDE ADQUIERE USTED EL DERIVADO DEL PLÁTANO?

CUADRO N° 28

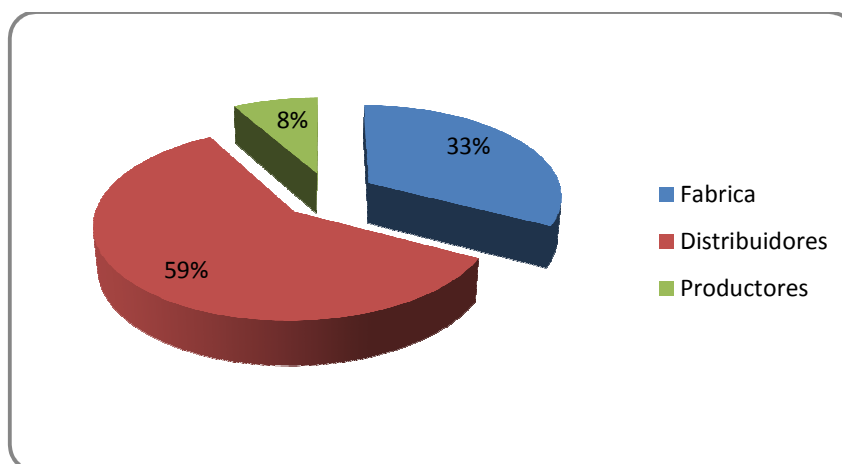
LUGAR DE ADQUISICIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fábrica	16	32,65
Distribuidores	29	59,18
Productores	4	8,16
TOTAL	49	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 23



INTERPRETACIÓN

Los comerciantes encuestados nos supieron manifestar que el 32,65% adquieren el producto de Fábricas, el 59,18% afirman que compran a distribuidores de Romar y CAMEL y el 8,16% se proveen de los productores.

7.- ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA USTED PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE SU NEGOCIO?

CUADRO N° 29

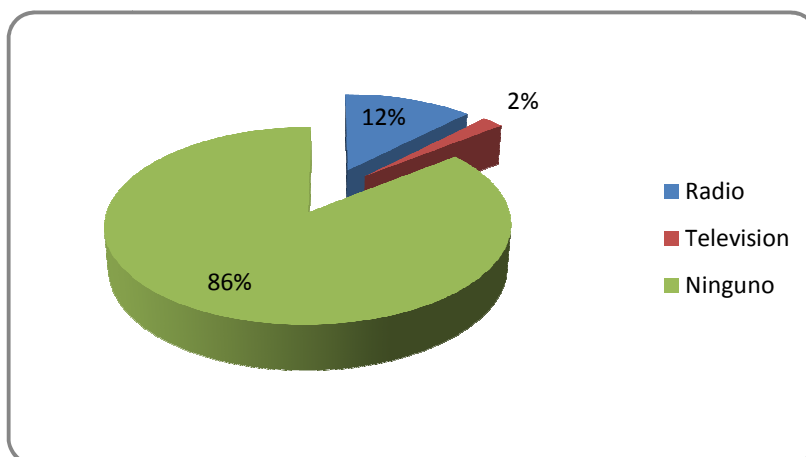
MEDIOS QUE EMPLEA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	6	12,24
Televisión	1	2,04
Ninguno	42	85,71
TOTAL	49	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 24



INTERPRETACIÓN

Según las encuestas aplicadas a los comerciantes, el 12,24% realizan la publicidad por la radio Sentimientos, el 2,04% publican sus productos por Televisión Católica Los Encuentros y el 85,71% manifiestan que sus productos no son publicados por ninguno medio de comunicación porque ya tienen definido sus clientes.

8.- ¿EN CASO DE CREARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DEL PLATÁNO (HARINA), COMPRARÍA USTED NUESTRO PRODUCTO?

CUADRO N° 30

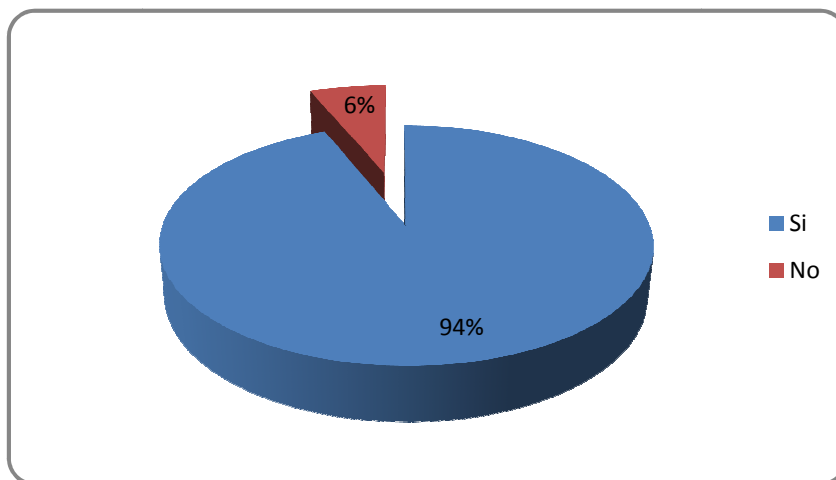
COMPRARÍA A LA NUEVA EMPRESA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	46	93,88
No	3	6,12
TOTAL	49	100,00

Fuente: Los Negocios

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 25



INTERPRETACIÓN

Con los datos adquiridos en la presente encuesta constatamos que con la implementación de una empresa productora y comercializadora de harina y chifle de plátano, si tendría gran acogida en el mercado del cantón el Pangui en un 93,88%, mientras que no tendría acogida nuestro producto en un 6,12%.

TABULACIÓN DE DATOS

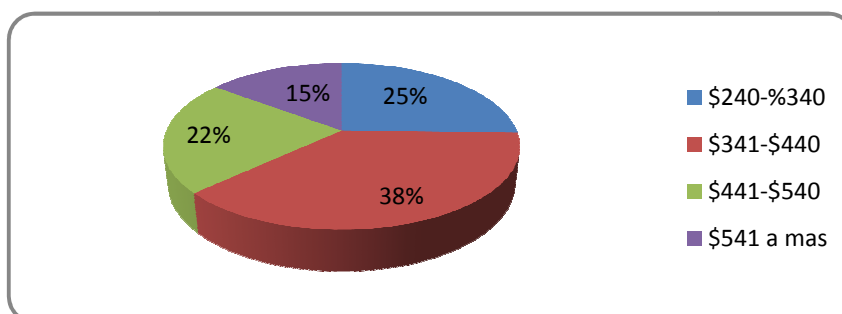
ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS

1.- ¿INDIQUE EL NIVEL DE INGRESOS DE SU FAMILIA?

CUADRO N° 31
INGRESOS MENSUALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xn	XY
\$240-\$340	86	25,37	290	24940
\$341-\$440	128	37,76	390,5	49984
\$441-\$540	75	22,12	490,5	36788
\$541 a mas	50	14,75	541	27050
TOTAL	339	100,00	1712	138762
INGRESO PROMEDIO				409,33

GRÁFICO N° 26



INTERPRETACIÓN

Con la encuesta realizada constatamos que el 25,37% de las familias tienen un ingreso mensual de \$240 a \$340, el 37,76% cuenta con ingresos de \$341 a \$440, el 22,12% manifiesta que sus ingresos fluctúan entre \$441 a \$540 y el 14,75% mantienen ingresos de \$541 en adelante. En conclusión podemos mencionar que el ingreso promedio de las familias es de \$409,33 dólares, el mismo que lo calculamos de la siguiente manera: multiplicamos la frecuencia por el punto medio, luego sumamos y dividimos para el total de la frecuencia.

**2.- ¿CONSUME USTED PLATANO?
SI SU RESPUESTA ES NO, PASE A LA PREGUNTA 8.**

CUADRO N° 32

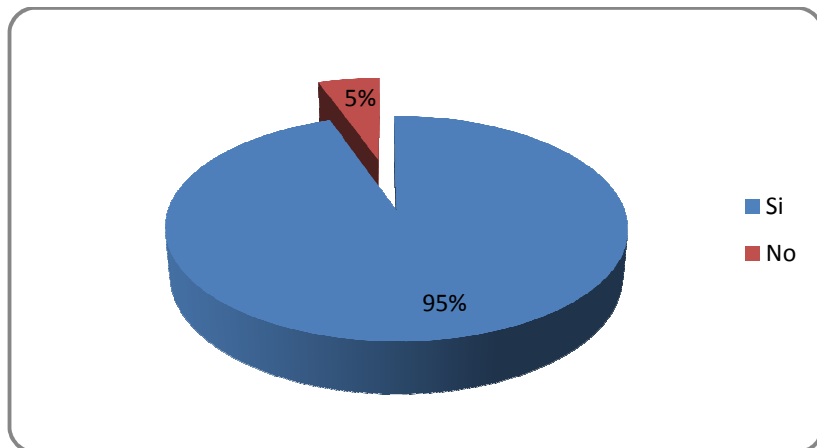
CONSUMO DE PLÁTANO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	321	94,69
No	18	5,31
TOTAL	339	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 27



INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos, pudimos darnos cuenta que en las diferentes familias del cantón El Pangui si consumen plátano por tradición, por el sabor, por economía, por su contenido nutricional y vitamínico con un porcentaje del 94,69%, mientras que el 5,31% no consume plátano porque prefieren otros alimentos como el mote, y la papa. Esta pregunta nos ayuda a determinar la demanda potencial.

3.- ¿QUÉ PRODUCTO DERIVADOS DEL PLÁTANO CONSUME USTED CON MAYOR FRECUENCIA Y CUÁNTO PAGA POR ELLOS?

CUADRO N° 33

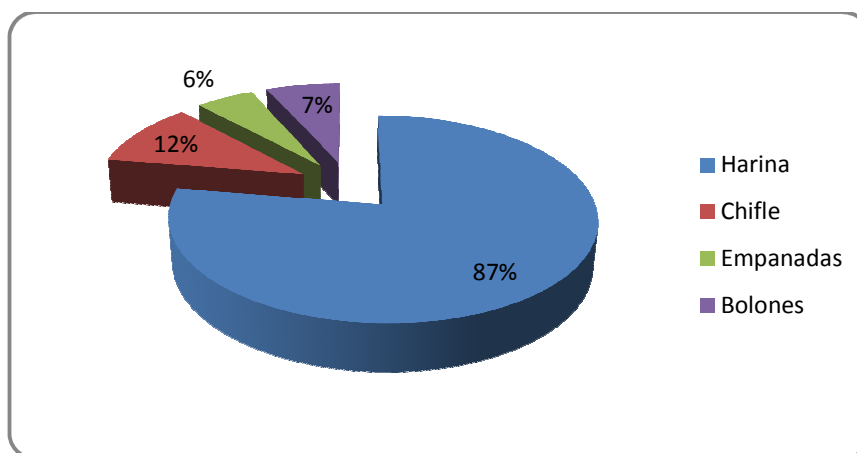
DERIVADOS DE PLÁTANO QUE CONSUME

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Harina	280	87,23
Chifle	38	11,84
Empanadas	19	5,92
Bolones	24	7,48

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 28



INTERPRETACIÓN

Se toma en consideración las 321 personas que si consumen plátano, se realiza un análisis horizontal, da como resultado que el 87,23% prefieren la harina para el fortalecimiento de la mente, nutrir de energía a su organismo, por su vitamina C y fósforo, el 11,48% consumen chifle por lo crocante y saladito que este contiene, el 5,92% las empanadas y el 7,48% bolones por el relleno de cada uno de ellos.

a) Precio que pagan por una libra de Harina.

CUADRO N° 34

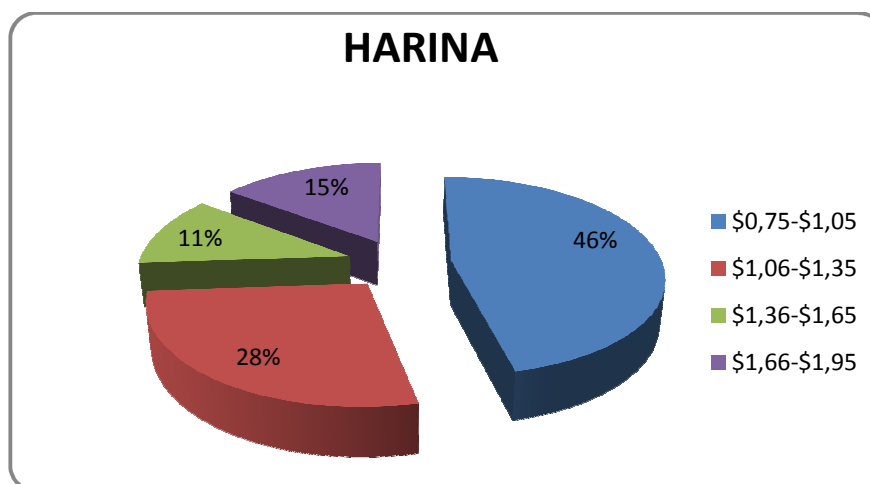
PRECIO QUE PAGA POR 1 LIBRA DE HARINA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,75-\$1,05	130	46,43
\$1,06-\$1,35	77	27,50
\$1,36-\$1,65	32	11,43
\$1,66-\$1,95	41	14,64
TOTAL	280	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 29



INTERPRETACIÓN

Tomamos en cuenta las 280 personas que consumen harina, el 11,43% pagan desde \$0,75 a \$1,05 por una libra, el 27,50% cancelan entre \$1,06 a \$1,35, el 46,43% el precio fluctúa de \$1,36 a \$1,65, y el 14,64% oscila de \$1,66 y \$1,95.

b) Precio que pagan por una fundita de Chifle.

CUADRO N° 35

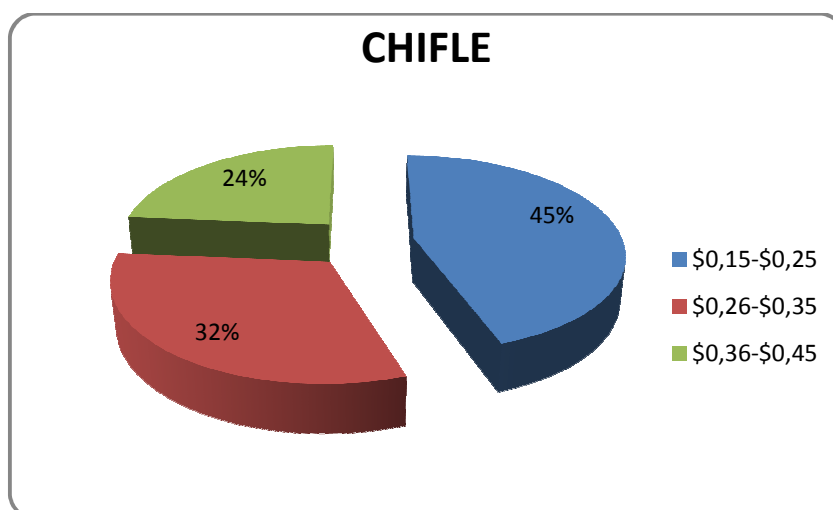
PRECIO QUE PAGA POR 1 FUNDA DE CHIFLE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,15-\$0,25	17	44,74
\$0,26-\$0,35	12	31,58
\$0,36-\$0,45	9	23,68
TOTAL	38	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 30



INTERPRETACIÓN

Se considera las 162 personas que consumen chifle, nos pudimos dar cuenta que el 44,74% pagan \$0,15 a \$0,25 por una fundita de chifle de 45 gramos, el 31,58% cancelan desde \$0,26 a \$0,35, y el 23,68% el precio que cancelan es de \$0,36 a \$0,45.

c) Precio que pagan por una Empanada.

CUADRO N° 36

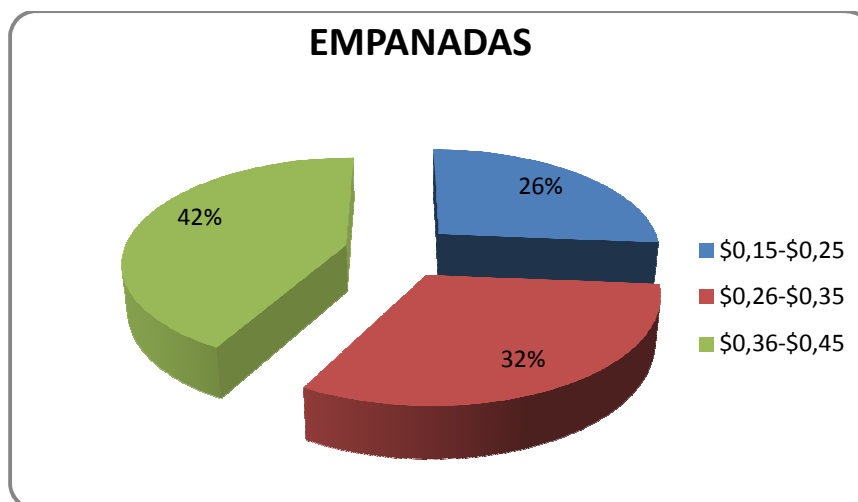
PRECIO QUE PAGAN POR 1 EMPANADA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,15-\$0,25	5	26,32
\$0,26-\$0,35	6	31,58
\$0,36-\$0,45	8	42,11
TOTAL	19	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 31



INTERPRETACIÓN

Las 19 personas que consumen empanadas nos manifestaron que el 26,32% gastan de \$0,15 a \$0,25, el 31,58% el precio que cancelan es de \$0,26 a \$0,35, y el 42,11% pagan desde \$0,36 a \$0,45.

d) Precio que pagan por un Bolón.

CUADRO N° 37

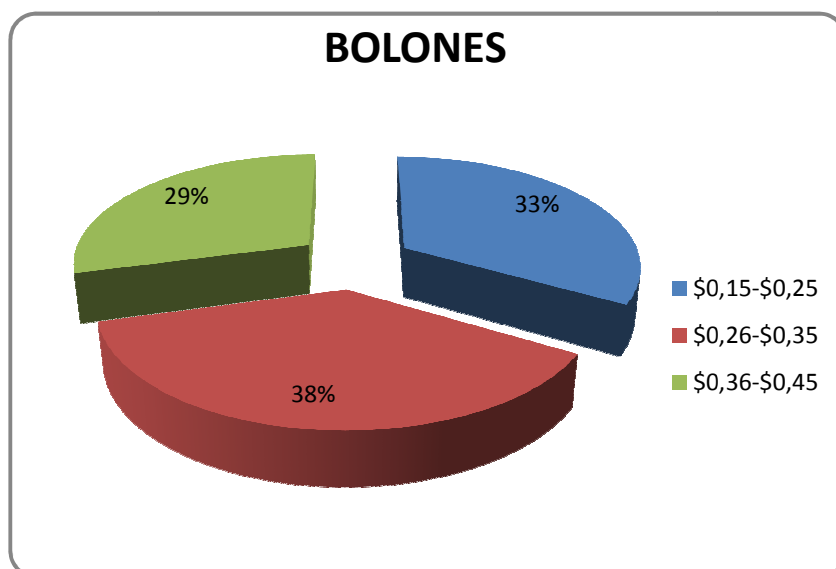
PRECIO QUE PAGAN POR 1 BOLÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,15-\$0,25	8	33,33
\$0,26-\$0,35	9	37,50
\$0,36-\$0,45	7	29,17
TOTAL	24	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 32



INTERPRETACIÓN

Se toma en cuenta 24 personas que consumen bolones y el 33,33% pagan de \$0,15 a \$0,25, el 37,50% el precio que cancelan es de \$0,26 a \$0,35, y el 29,17% pagan desde \$0,36 a \$0,45.

4.- ¿LA CALIDAD DE LOS DERIVADOS DE PLÁTANO, QUE USTED CONSUME ES?

a) Calidad de la Harina.

CUADRO N° 38

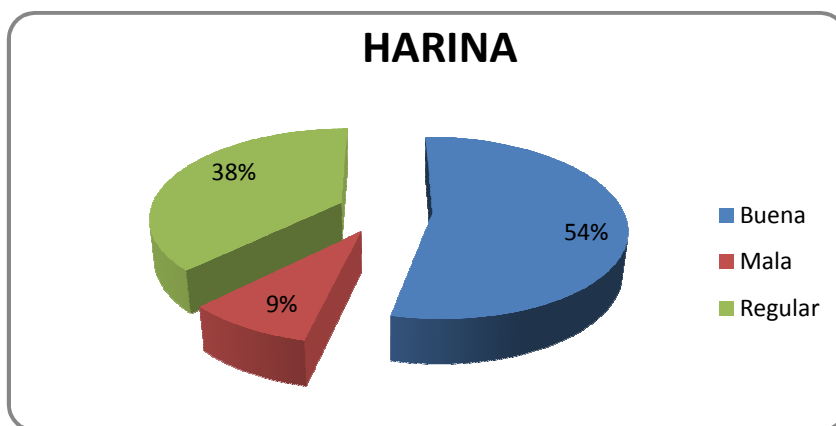
CALIDAD DE LA HARINA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	150	53,57
Mala	25	8,93
Regular	105	37,50
TOTAL	280	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 33



INTERPRETACIÓN

En cuanto a la calidad de Harina de plátano que consumen las familias, nos dijeron que la calidad es buena con un 53,57% por su sabor, mala en un 8,93% porque a veces llega granulosa y regular con un 37,50% porque de acuerdo a su paladar no esta a su gusto.

b) Calidad del Chifle.

CUADRO N° 39

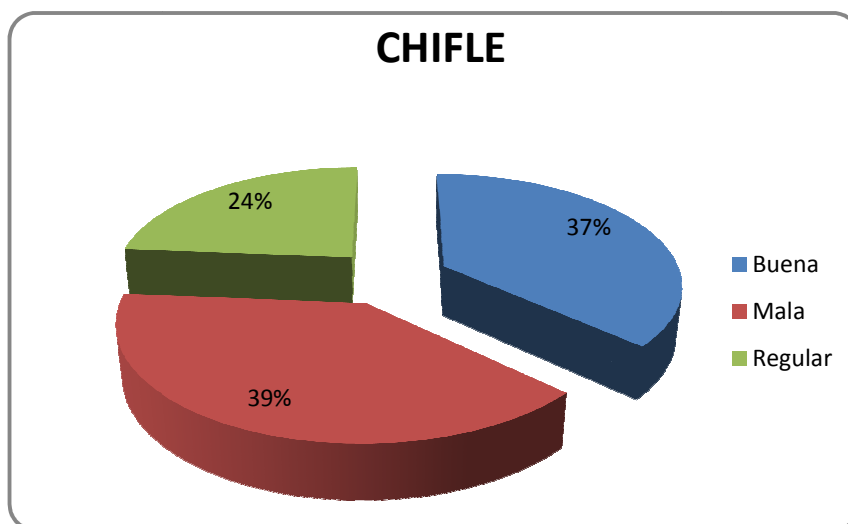
CALIDAD DEL CHIFLE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	14	36,84
Mala	15	39,47
Regular	9	23,68
TOTAL	38	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 34



INTERPRETACIÓN

En cuanto a la calidad del Chifle de plátano que las familias consumen, nos manifestaron que es buena con un 36,84% ya que el producto que expenden se encuentra en perfectas condiciones, mala en un 39,47% porque llega quemado y regular con un 23,68%.

c) Calidad de la Empanada.

CUADRO N° 40

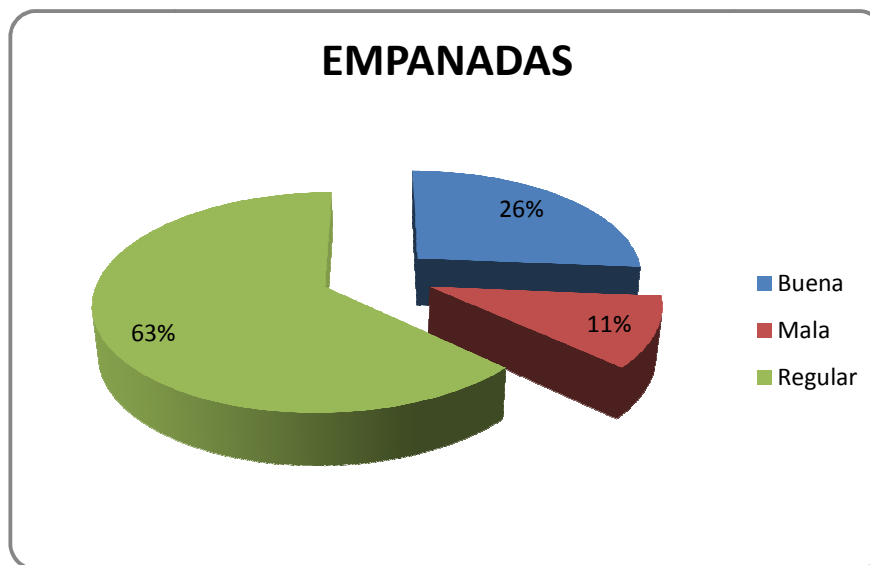
CALIDAD DE LAS EMPANADAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	5	26,32
Mala	2	10,53
Regular	12	63,16
TOTAL	19	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 35



INTERPRETACIÓN

En cuanto a la calidad de empanadas de plátano que consumen las familias, nos dijeron que la calidad es buena por la higiene que ha sido elaborada con un 26,32%, mala porque son cauchosas en un 10,53% y regular con un 63,11%.

d) Calidad de los Bolones.

CUADRO N° 41

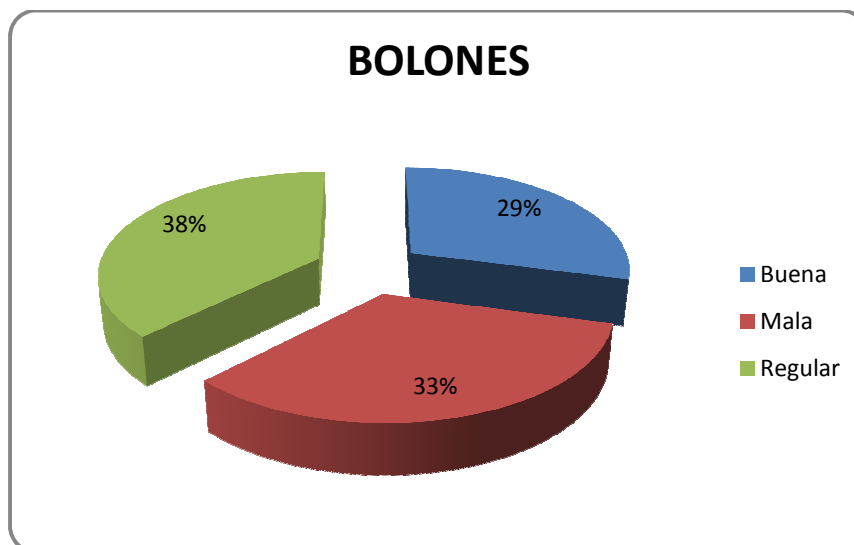
CALIDAD DE LOS BOLONES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	7	29,17
Mala	8	33,33
Regular	9	37,50
TOTAL	24	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 36



INTERPRETACIÓN

En cuanto a la calidad de los bolones de plátano que las familias consumen, nos manifestaron que es buena con un 29,17%, mala en un 33,33% y regular con un 37,50%.

5.- ¿QUÉ CUALIDADES ELIGE USTED AL MOMENTO DE ADQUIRIR UN PRODUCTO DERIVADO DEL PLÁTANO (HARINA)

CUADRO N° 42

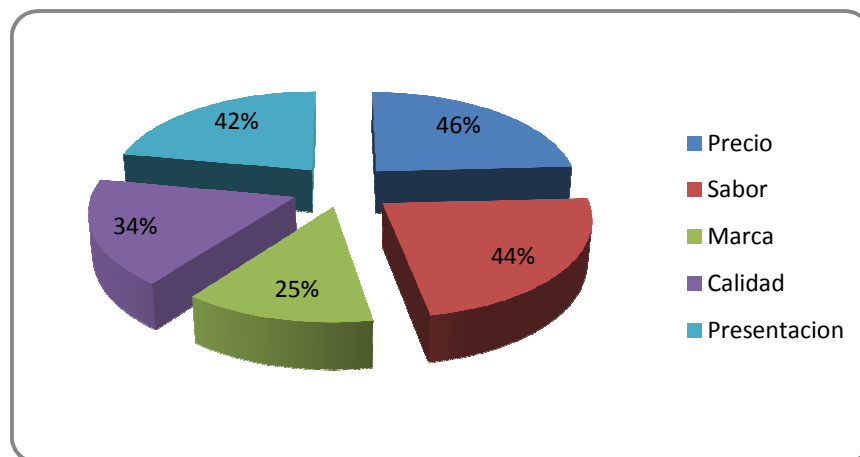
CUALIDADES QUE ELIGE EN LA COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	149	46,42
Sabor	142	44,24
Marca	80	24,92
Calidad	109	33,96
Presentación	136	42,37

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 37



INTERPRETACIÓN

Como se trata de una pregunta abierta tomamos como base las 321 personas que si consumen plátano, determinando así que en un 46,42% toman en cuenta el precio, el 44,24% el sabor, el 24,92% consideran la marca, mientras que el 33,96% prefieren la calidad y el 42,37% eligen por la presentación del producto.

6.- ¿EN DONDÉ ADQUIERE USTED LOS PRODUCTOS CON MAYOR FRECUENCIA?

a) Lugar de adquisición de la Harina.

CUADRO N° 43

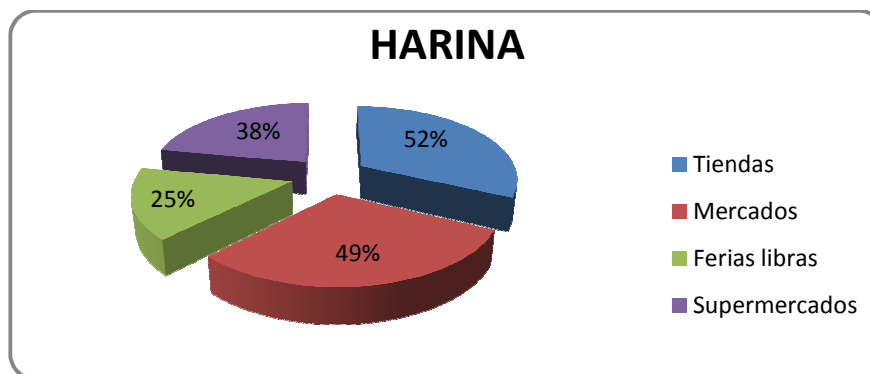
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE HARINA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	145	51,79
Mercados	138	49,29
Ferias libres	70	25,00
Supermercados	100	35,71
TOTAL	280	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 38



INTERPRETACIÓN

Mediante la presente encuesta verificamos que las diferentes familias del cantón El Pangui adquieren harina del plátano en tiendas por la comodidad en un 51,79%, en los puestos de los diferentes mercados en un 49,29% por su economía, en ferias libres por la variedad 25,00%, y en supermercados por su exhibición un 35,71%.

b) Lugar de adquisición del Chifle.

CUADRO N° 44

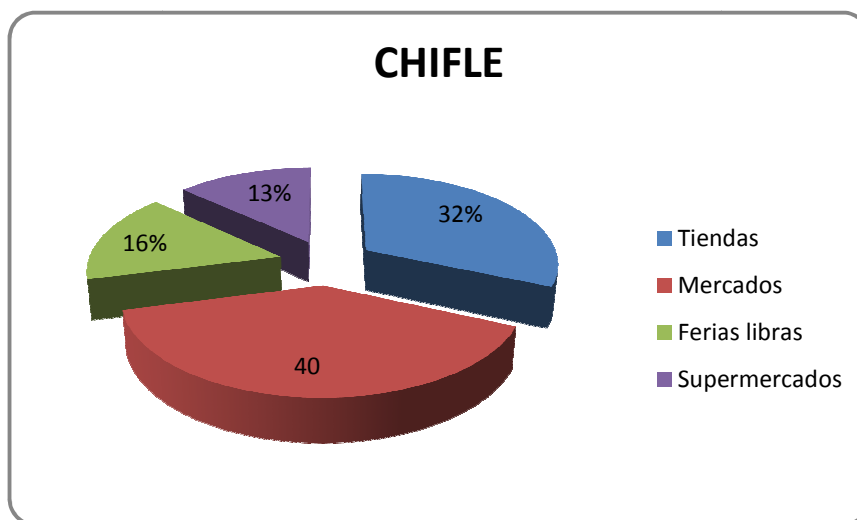
LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL CHIFLE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	12	31,58
Mercados	15	39,47
Ferias libres	6	15,79
Supermercados	5	13,16
TOTAL	38	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 39



INTERPRETACIÓN

Con la encuesta realizada a las familias del cantón El Pangui nos pudimos dar cuenta que el chifle del plátano lo adquieren en tiendas en un 31,58%, en los puestos de los diferentes mercados en un 39,47%, en ferias libres el 15,79%, y en supermercados un 13,16%.

c) Lugar de adquisición de las Empanadas.

CUADRO N° 45

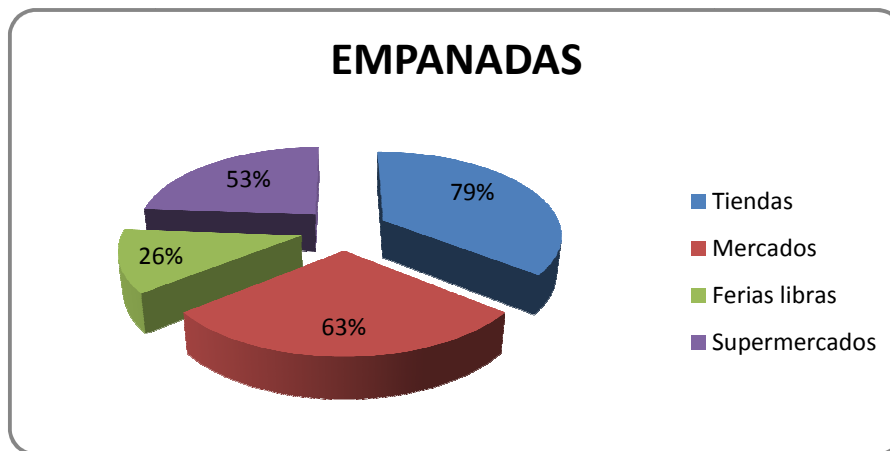
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE EMPANADAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	15	78,95
Mercados	12	63,16
Ferias libres	5	26,32
Supermercados	10	52,63
TOTAL	19	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 40



INTERPRETACIÓN

Mediante la presente encuesta comprobamos que las familias del cantón adquieren las empanadas de plátano en tiendas en un 78,95%, en los puestos de los diferentes mercados en un 63,16%, en ferias libres el 26,32%, y en supermercados un 52,63%.

d) Lugar de adquisición de los Bolones.

CUADRO N° 46

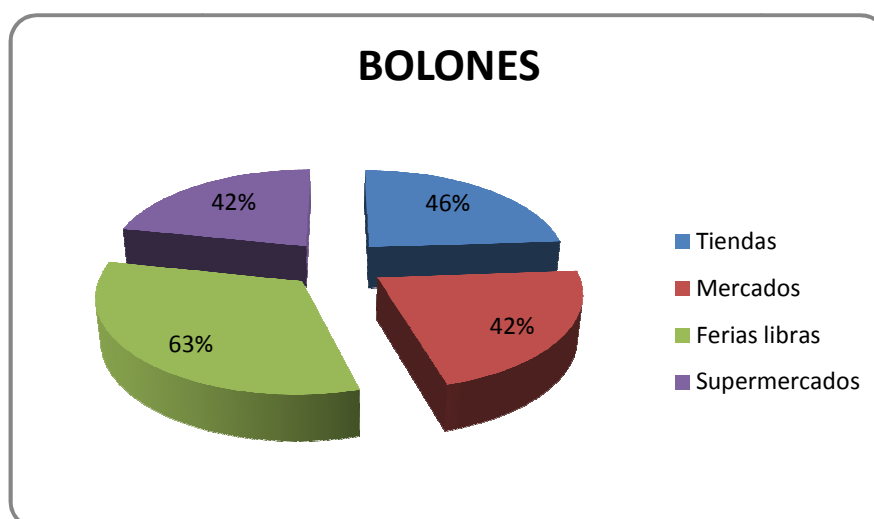
LUGAR DE ADQUISICION DE LOS BOLONES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	11	45,83
Mercados	10	41,67
Ferias libres	15	62,50
Supermercados	10	41,67
TOTAL	24	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 41



INTERPRETACIÓN

Según la encuesta realizada a las familias del cantón nos pudimos dar cuenta que los bolones de plátano lo compran en tiendas en un 45,83%, en los diferentes puestos del mercado en un 41,67%, en ferias libres el 62,50%, y en supermercados un 41,67%.

7.- ¿ES DIFÍCIL ENCONTRAR LOS PRODUCTOS DERIVADOS DEL PLÁTANO EN EL MERCADO?

CUADRO N° 47

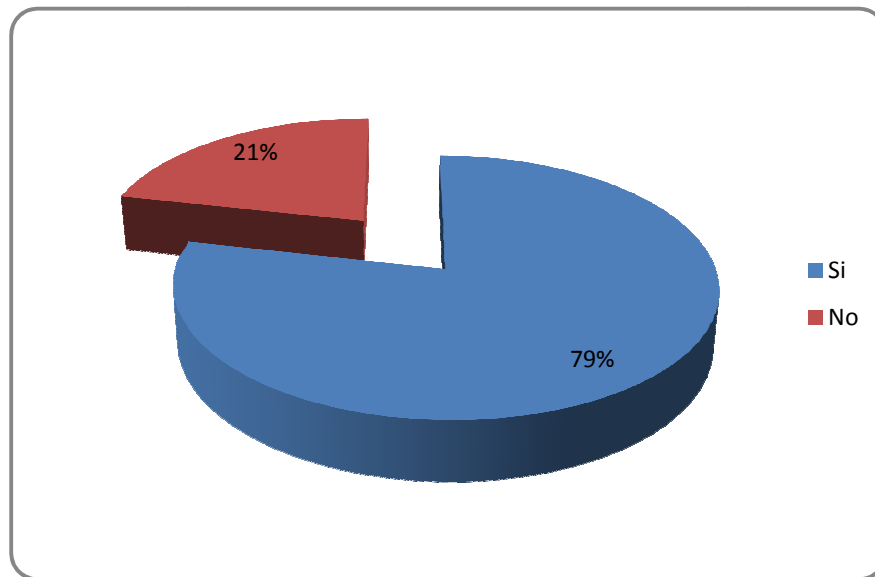
FACILIDAD DE ENCONTRAR EL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	252	78,50
No	69	21,50
TOTAL	321	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 42



INTERPRETACIÓN

Con los datos recolectados de la encuesta las personas nos manifestaron que es difícil encontrar los productos en el mercado con un 78,50% porque no existe una empresa distribuidora cerca de la localidad para que lo expenda, mientras que el 21,50% nos dijeron que no porque hay algunas tiendas que si lo venden.

8.- ¿EN CASO DE CREARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DEL PLÁTANO (HARINA, CHIFLE, EMPANADAS Y BOLONES) COMPRARÍA USTED NUESTROS PRODUCTOS?

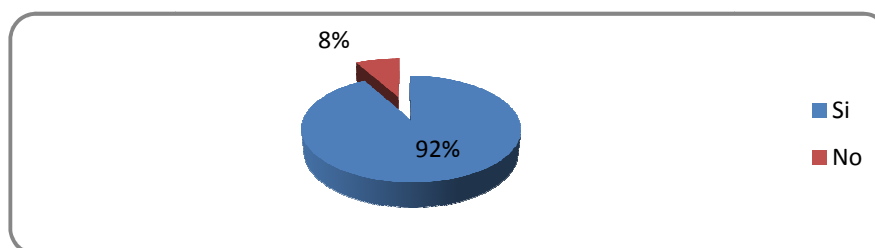
**CUADRO N° 48
CONSUMIRIA EL PRODUCTO DE LA EMPRESA**

VARIABLE	HARINA	CHIFLE	BOLONES	EMPANADAS
Si	312	0	0	0
No	27	0	0	0
TOTAL	339	0	0	0

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 43



INTERPRETACIÓN

Con los datos adquiridos en la encuesta constatamos que con la implementación de una empresa productora y comercializadora de derivados de plátano, la harina tendría mayor aceptación en el mercado local en un 92,04%, mientras que los productos como el chifle, bolones y empanadas no tendrían acogida. Esta pregunta nos ayuda a determinar la demanda efectiva.

Cabe mencionar que según las encuestas aplicadas a las familias y luego de realizar un análisis de los productos derivados del plátano (harina, chifle, empanadas y bolones), determinamos que solotrabajaremos con la Harina de Plátano, porque es un producto que tiene mayor demanda en el mercado local, mientras que los chifles, empanadas y bolones son elaborados por ellos mismos.

9.- ¿QUÉ TIPO DE EMPAQUE LE GUSTARÍA QUE TUVIERA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO?

CUADRO N° 49

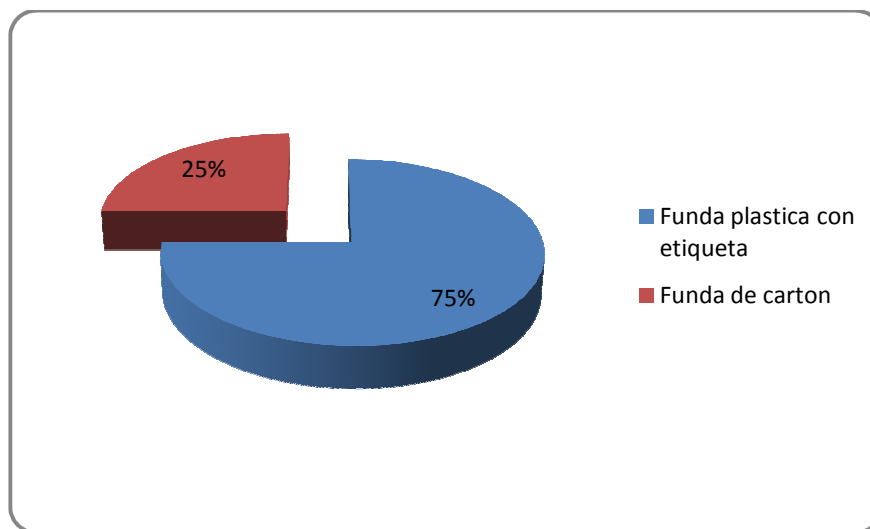
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda plástica con etiqueta	234	75,00
Funda de cartón	78	25,00
TOTAL	312	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 44



INTERPRETACIÓN

De las 312 familias que nos contestaron que si comprarían harina, desean que la presentación sea en funda plástica con etiqueta en un 75%, y con un 25% prefieren en fundas de cartón por su mayor conservación.

10.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SIGUIENTE PRODUCTO?

CUADRO N° 50

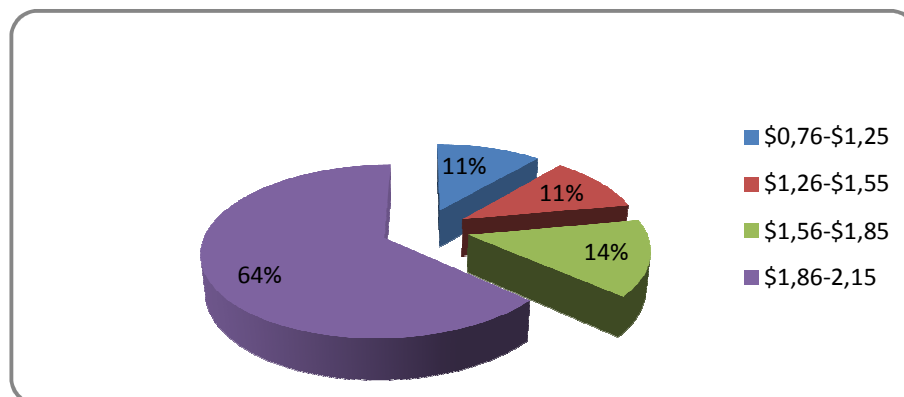
PRECIO QUE PAGARÍA POR UNA LIBRA DE HARINA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,76-\$1,25	35	11,22
\$1,26-\$1,55	34	10,90
\$1,56-\$1,85	45	14,42
\$1,86-2,15	198	63,46
TOTAL	312	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 45



INTERPRETACIÓN

En cuanto al precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por una libra de harina de plátano se tiene que el 11,22% manifiesta que pagaría de \$0,76 a \$1,25, el 10,90% dice que el costo debe ser de \$1,26 a \$1,55, el 14,42% cancelaría de \$1,56 a \$1,85, mientras que el 63,46% dice que si el producto es de buena calidad pagaría de \$1,86 a \$2,15.

11.- ¿QUÉ CANTIDAD CONSUMIRÍA USTED SEMANALMENTE DEL SIGUIENTE PRODUCTO?

CUADRO N° 51

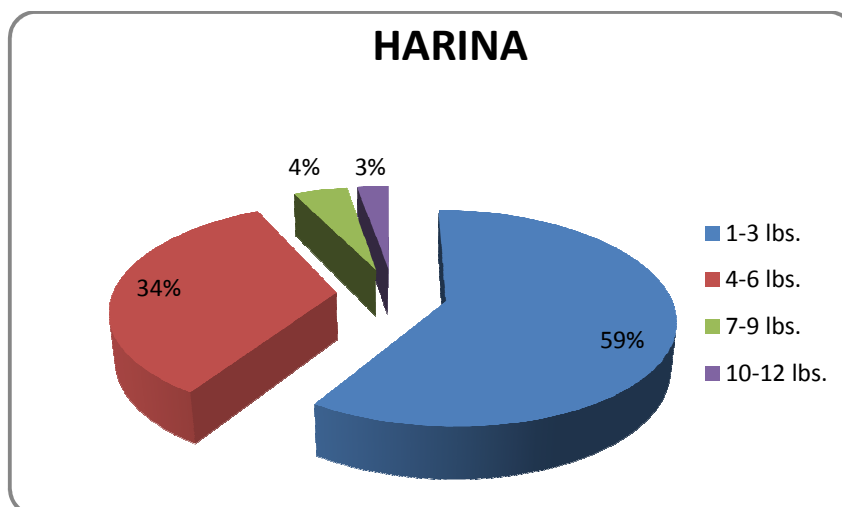
CANTIDAD REQUERIDA DE HARINA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3 lbs.	185	59,29
4-6 lbs.	105	33,65
7-9 lbs.	14	4,49
10-12 lbs.	8	2,56
TOTAL	312	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 46



INTERPRETACIÓN

La cantidad de harina de plátano que adquirirían los ciudadanos del cantón El Pangui es de: de 1 a 3 libras en un 59,29%, mientras que el 33,65% de 4 a 6 libras el 4,49% consumiría de 7 a 9 libras y el 2,56% de 10 a 12 libras.

12.- ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON DE SU ELECCIÓN PARA CONOCER LA EXISTENCIA DEL NUEVO PRODUCTO?

CUADRO N° 52

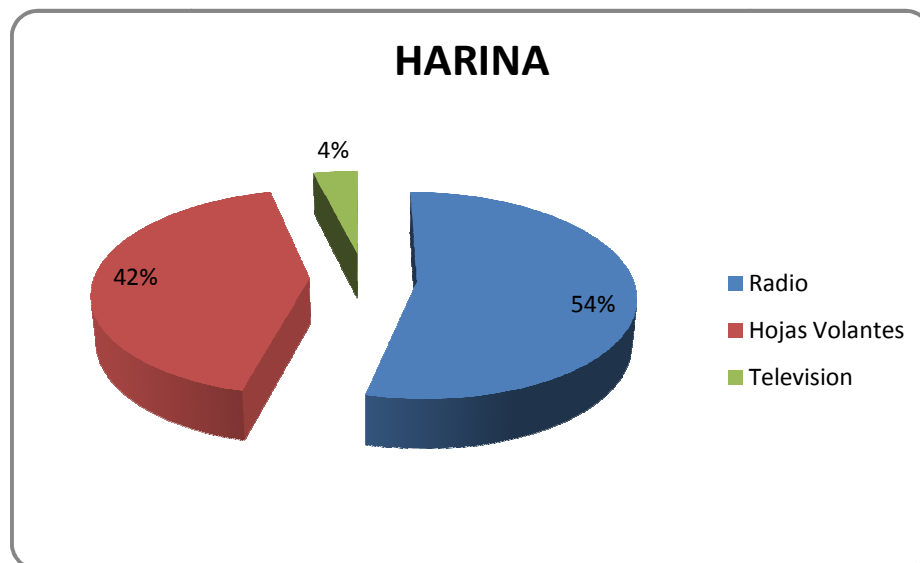
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA HARINA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	168	53,85
Hojas Volantes	132	42,31
Televisión	12	3,85
TOTAL	312	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 47



INTERPRETACIÓN

Para poder tener un buen posicionamiento en el mercado al producto se lo va a promocionar mediante radio en un 53,85%, hojas volantes en un 42,31%, y en televisión en un 3,85%.

13.- ¿A CUÁL DE LAS EMISORAS USTED ACCEDE CON MAYOR FRECUENCIA Y EN QUÉ LUGARES LE GUSTARÍA QUE SE ENTREGUEN LAS HOJAS VOLANTES?

a. EMISORA Y LUGAR PARA PROMOCIONAR LA HARINA.

a.1. Clase de emisora que accede con mayor frecuencia.

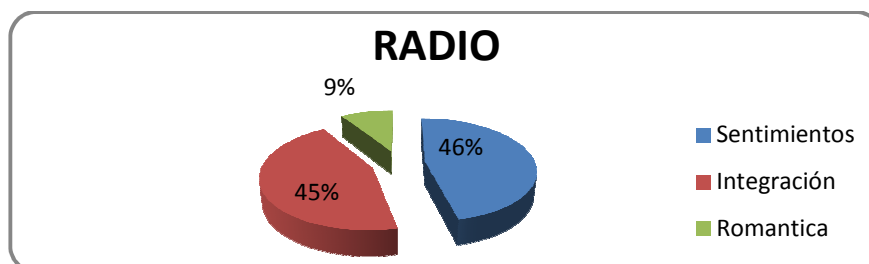
**CUADRO N° 53
EMISORAS DE PREFERENCIA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sentimientos	78	46,43
Integración	75	44,64
Romántica	15	8,93
TOTAL	168	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 48



INTERPRETACIÓN

En relación a la pregunta anterior, de las 168 personas que prefieren que el producto se promocioe por medio de la radio 78 de ellas nos manifestaron que la emisora de su preferencia es la Radio Sentimientos en un 46,43% ya que es el medio de comunicación con mayor sintonía en la localidad, 75 personas prefieren que se la realice por la Radio Integración con 44,64% para dar a conocer a los sectores aledaños de la existencia del nuevo producto, mientras que 15 les gustaría por la Radio Romántica con el 8,93%.

a.2. Lugar que le gustaría que se entreguen las hojas volantes.

CUADRO N° 54

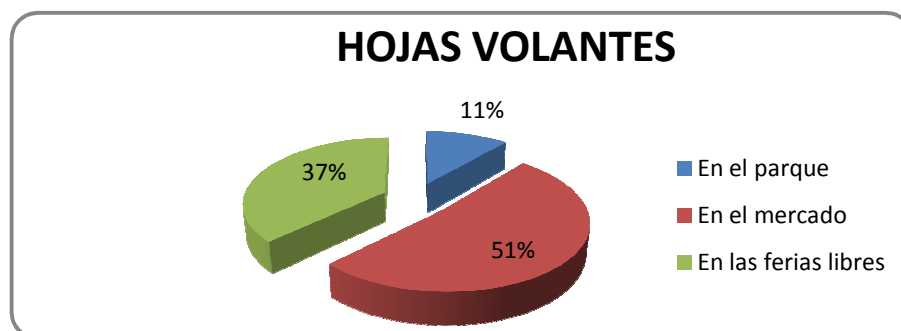
LUGAR DE PREFERENCIA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el parque	15	11,19
En el mercado	69	51,49
En las ferias libres	50	37,31
TOTAL	134	100,00

Fuente: Las Familias

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 49



INTERPRETACIÓN

Los 134 usuarios nos dijeron que la promoción se la haga por medio de las hojas volantes ya que se podía apreciar la forma de presentación que va a tener el producto, por esa razón el 11,19% de los usuarios prefieren que se las entreguen en el parque porque es un lugar donde acude todo ciudadano, el 51,49% en el mercado ya que es un lugar muy acudido por las amas de casa y el 37,31% nos dijeron que sería mejor en las ferias libres.

Discusión

g. DISCUSIÓN

g.1. ANÁLISIS O DIAGNÓSTICO DE LA CADENA AGRÍCOLA.

La cadena agrícola está constituida por los proveedores de semillas y los de insumos agrícolas, agricultores y los intermediarios.

Luego de realizar un análisis de la cadena agrícola de plátano en el Cantón El Pangui, Provincia de Zamora Chinchipe, se pone a consideración los siguientes resultados:

PROVEEDORES

Para que los agricultores del plátano hagan sus actividades de forma normal, necesita proveerse de las semillas y de insumos para el crecimiento de las plantas.

Los proveedores de semillas (colinos) son la Sra. Magdalena Naula y la Granja del Municipio, mientras que los de insumos agrícolas como fertilizantes, abonos, insecticidas, nematicidas, fungicidas, son: “AGROCAMPO” de la Dra. Francisca Sarango, Almacén Agropecuario del Dr. Ruperto González y Veterinaria y Zootecnia del Dr. Celso Tirado.

AGRICULTORES

El área cultivada de plátano en el sector es de 32 hectáreas de terreno, con una producción de 70 racimas de plátano por hectárea para el primero, segundo y tercer corte; para el cuarto corte la producción es mas baja con 60 racimas de plátano; para el quinto corte la producción disminuye mas con 56 racimas y para el sexto corte la producción queda en 49 racimas, dando como resultado total 375 racimas promedio de los 20 agricultores. Luego multiplicamos el número de hectáreas (32) por el total de racimas (375) quedándonos 11.984 racimas.

Del 100%, 9.461 racimas representan el 78,95% que son vendidas a restaurantes, tiendas, supermercados, mercados y ferias libres, mientras que el 21,05% que son 2.523 racimas los mismos que representan 214.424 plátanos, no esta destinada para la venta sino más bien para el consumo de ellos mismos y para darle un valor agregado como:

- ✓ Empanadas
- ✓ Bolones
- ✓ Galletas
- ✓ Chifles
- ✓ Molido
- ✓ Patacones
- ✓ Flan

INTERMEDIARIOS

El canal de comercialización que emplean los productores es el siguiente: intermediarios mayoristas son cuatro, tres de ellos son del lugar y el otro intermediario es de Loja, estos intermediarios compran el producto en 3,00-4,00 dólares y si son pequeñas las racimas les pagan por el precio de una a dos racimas- intermediarios minoristas son las 50 tiendas, 12 puestos del mercado y 8 restaurantes – luego están los consumidores finales pagando por una racima de plátano 5,00-6,00 dólares.

Lo más conveniente para los productores es realizar una venta directa y de esta manera obtener mayor utilidad sin la participación de intermediarios.

El punto de venta de los agricultores es el mercado local y en la zona de cultivo, es allí donde los intermediarios adquieren los productos para ser utilizados en el sector y también revenderlos en la Provincia de Loja.

El 85% de los productores que están dispuestos a dar un valor agregado al producto prefieren que se haga harina y todos ellos están dispuestos a vender sus productos.

g.2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la parte clave de un proyecto de inversión que tiene como fin estimar la demanda es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una unidad de producción que la población estaría dispuesta adquirir a precios determinados y también nos permite conocer la relación existente entre la oferta y la demanda del producto.

g.2.1. ELEMENTOS DEL MERCADO

g.2.1.1. Producto Principal (Harina de plátano)

La harina de plátano, es un producto que brinda beneficios alimenticios y nutritivos, su composición es plátano verde deshidratado y molido sin ningún aditivo es un producto 100% natural. Su presentación al mercado será de una libra, con el fin de cumplir con el sistema internacional de pesas y medidas contendrá 454 gramos.

g.2.1.2. Demanda.

La demanda nos permite determinar los posibles clientes que tendrá nuestra empresa así como también nos ayuda a conocer los diferentes tipos de demanda como son: demanda potencial, demanda real y la demanda efectiva.

g.2.1.3. Distribución del Mercado Objetivo

Es determinar cuál es el mercado al que vamos a ofrecer nuestro producto, las características del mercado, que clase de consumidores finales son los que comprarían nuestro producto. Por lo tanto nuestro mercado objetivo está compuesto por todo el número de familias existentes en el Cantón El Pangui, puesto que son ellos los que están en capacidad y condiciones de adquirir el producto a ofrecerse.

g.2.1.4. Promedio de Consumo

Para obtener el promedio de consumo anual de Harina de plátano entre las familias del Cantón El Pangui, se realizó con el análisis de los datos que se encuentran en la pregunta N° 11 de la encuesta a las familias.

CUADRO N° 55

CÁLCULO PROMEDIO DEL CONSUMO ANUAL DE HARINA

CANTIDAD EN LIBRAS	X_m	FRECUENCIA	LIBRAS SEMANALES	PERIODO SEMANAS	LIBRAS ANUAL
1-3 lbs.	2	185	370	52	19240
4-6 lbs.	5	105	525	52	27300
7-9 lbs.	8	14	112	52	5824
10-12 lbs.	11	8	88	52	4576
TOTAL	26	312	1095		56940

Fuente: Cuadro N° 51.

Elaboración: Las Autoras

$$C. F = \frac{\sum X_n \cdot F}{F}$$

$$C. F = \frac{56940}{312}$$

$$C. F = 182,5 \text{ libras al año}$$

Como podemos observar, el consumo per-cápita de Harina es de 182,50 libras anuales. Para conocer la cantidad de harina que cada familia adquiere semanalmente, dividimos el total de libras adquiridas anualmente para 52 semanas que tiene el año, quedando 3,51 libras.

g.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Mediante este estudio es posible conocer los consumidores actuales y futuros del producto objeto de estudio así como también los gustos o preferencias de los clientes. El análisis de la demanda tiene como finalidad determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan a los requerimientos del bien o servicio así como de determinar las posibilidades de participación de los productos de nuestro proyecto como es la harina de plátano.

La demanda del producto a elaborarse está sujeta a la calidad y precio de los productos, precios de productos sustitutos, tomando en cuenta los ingresos, gustos y preferencias de los consumidores, siendo estos factores los que determinan la calidad del producto en el mercado.

g.2.2.1. Demanda Potencial

Para la demanda potencial se toma en cuenta la población total que consume plátano. La demanda potencial es la cantidad de productos que pueden consumirse o utilizarse en el mercado. Para establecer la demanda potencial tomamos los datos obtenidos en los cuadros N° 32 y 55, en donde se obtiene el posible nivel consumo de harina de plátano que es lo que interesa al proyecto.

CUADRO N° 56

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	NUMERO DE FAMILIAS	DEMANDANTES POTENCIALES 94,69%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA POTENCIAL LIBRAS
2010	2204	2087	182,50	380872
2011	2246	2127	182,50	388108
2012	2289	2167	182,50	395482
2013	2332	2208	182,50	402996
2014	2376	2250	182,50	410653
2015	2421	2293	182,50	418456

Fuente: Cuadros N° 32 y 55.

Elaboración: Las Autoras

g.2.2.2. Demanda Real

Se considera a las familias que respondieron que si compran de Harina de Plátano, se toma en cuenta los datos obtenidos en la pregunta N° 2 y cuadro N° 33, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 57

DEMANDA REAL

AÑO	DEMANDA NTES POTENCIAL 94,69%	DEMANDANTES REALES 87,23%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA REAL LIBRAS
2010	2087	1820	182,5	332230
2011	2127	1855	182,5	338597
2012	2167	1890	182,5	344965
2013	2208	1926	182,5	351492
2014	2250	1963	182,5	358178
2015	2293	1999	182,5	364864

Fuente: Cuadros N° 32, 33 y 55.

Elaboración: Las Autoras

g.2.2.3. Demanda Efectiva

Se considera a la población que manifiesta el valor que estaría dispuesto a pagar por una libra de Harina de Plátano en la empresa a crearse, el porcentaje de aceptación de la harina es de 63,46%.

CUADRO N° 58

DEMANDA EFECTIVA

AÑO	POBLACION FAMILIAS 1,90%	DEMANDA POTENCIAL 94,69%	DEMANDA REAL 87,23%	DEMANDA EFECTIVA 63,46%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA LIBRAS
2010	2204	2087	1820	1399	182,5	255261
2011	2246	2127	1855	2021	182,5	368783
2012	2289	2167	1890	2059	182,5	375843
2013	2332	2208	1926	2098	182,5	382903
2014	2376	2250	1963	2138	182,5	390128
2015	2421	2293	2000	2178	182,5	397517
TOTAL	13868	13132	11455	11893		2170435

Fuente: Cuadros N° 55, 56 y 57.

Elaboración: Las Autoras

g.2.3. ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de productos que en un cierto número de oferentes ponen a disposición del mercado y a un precio determinado.

Así mismo como para conocer la demanda se utilizó una herramienta básica como la encuesta, se la uso para poder determinar la oferta, se realizó 50 encuestas a los propietarios de tiendas, bodegas y micro mercados que venden harina de plátano para realizar una comparación de las características, preferencias y precios.

GRÁFICO N° 50

LUGARES DE OFERTA



CUADRO N° 59

EMPRESAS COMPETIDORAS DE HARINA DE PLÁTANO

PRODUCTO	EMPRESA	LUGAR
Harina de plátano "Buenarina"	Molinos Corona	Ambato
Harina de plátano "Banarica"	Incrementar Cía. Ltda.	Quito
Harina de plátano "Delverano"	Importaciones Cía. Ltda.	Cuenca
Harina de plátano "Pura Harina Oriental"	Oriental Industria Alimenticia Cía. Ltda.	Quevedo
Harina de plátano "Banavit"	Incrementar Cía. Ltda.	Quito

En este análisis existieron algunas preguntas que tuvieron múltiples respuestas, se realizó un análisis vertical u horizontal dependiendo si la pregunta es abierta o cerrada. Finalmente se presenta la información obtenida en la aplicación de encuestas a los propietarios de los negocios.

g.2.3.1. Promedio de Ventas

Para obtener el promedio de ventas anual de harina entre las familias del cantón El Pangui, se realizó con el análisis de los datos que se encuentran en la pregunta 4, cuadro N° 26.

CUADRO N° 60

PROMEDIO DE VENTAS

CANTIDAD EN LIBRAS	Xm	FRECUENCIA	LIBRAS SEMANALES	PERIODO DE SEMANAS	LIBRAS ANUAL
1-8 lbs.	4,50	6	27	52	1404
9-16 lbs.	12,50	17	213	52	11050
17-24 lbs.	20,50	16	328	52	17056
25-32 lbs.	11,00	10	110	52	5720
TOTAL		49	678		35230

Fuente: Cuadro N°26.

Elaboración: Las Autoras

g.2.3.2. Proyección de la Oferta

Para proyectar la venta de harina para los 5 años de vida del proyecto, se utiliza una tasa de crecimiento del 2,13%, tomando en cuenta el número de negocios del 2008 (47) y 2009 (48), las cifras se reflejan en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 61

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO DE NEGOCIOS 2,13%	OFERTA TOTAL ANUAL
2010		35230
2011	2,13%	35980
2012	2,13%	36745
2013	2,13%	37527
2014	2,13%	38325
2015	2,13%	39141
TOTAL		222948

Fuente: Cuadro N° 59.

Elaboración: Las Autoras

g.2.3.3. BALANCE DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permiten determinar la demanda insatisfecha, es por eso que se lo expresa en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 62

BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA EFECTIVA EN LIBRAS	OFERTA ANUAL EN LIBRAS	DEMANDA INSATISFECHA
2010	255261	35230	220031
2011	368783	35980	332803
2012	375843	36745	339098
2013	382903	37527	345376
2014	390128	38325	351803
2015	397517	39141	358376
TOTAL	2170435	222948	1947487

Fuente: Cuadro N° 58 y 60.

Elaboración: Las Autoras

g.2.4. PLAN DE COMERCIALIZACION

Para la comercialización de nuestro producto como es Harina de Plátano, tomaremos en cuenta los elementos de la mezcla del Marketing Mix que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

g.2.4.1. PRODUCTO

g.2.4.1.1. Producto Principal

La Harina de plátano, es un producto realizado con el plátano sin cascara, que brinda beneficios alimenticios y nutritivos, su composición es plátano verde deshidratado y molido sin ningún aditivo es un producto 100% natural. Su presentación al mercado será de una libra, con el fin de cumplir con el sistema internacional de pesas y medidas se lo elaborará de 454 gramos.

Para lograr un posicionamiento en el mercado se debe hacer difusión de las bondades, beneficios y usos que las personas puedan dar a estos productos.

Nuestra empresa estará legalmente constituida con personal altamente capacitado, la materia prima será extraída desde el mismo sector ya que es el lugar más adecuado para extraerla, a su vez se logrará que esté en perfectas condiciones ofreciendo a nuestros clientes un producto de excelente calidad, garantizando una buena higiene y dando a un precio competitivo.

g.2.4.1.2. Productos Sustitutos

Entre los productos sustitutos de la harina de plátano tenemos la harina de trigo, de soya, de cebada y de maíz, las cuales tienen similitud por su valor nutritivo y porque estas pueden ser utilizadas de la misma manera para las diversas formas de preparación de alimentos.

g.2.4.1.3. Productos Complementarios

Los productos complementarios de la harina de plátano tenemos la leche, agua y azúcar en la preparación de coladas y papillas; huevos, mantequilla y sal en la preparación de pan o tortas.

g.2.4.1.4. Demandantes

Los demandantes de estos productos son las familias del área urbana y rural del cantón el Pangui, manteniendo costumbres y hábitos propios de alimentación.

Para la elaboración del producto se tomará en cuenta la imagen, calidad e higiene del mismo, lo que permitirá captar la atención del cliente e impulsar su compra. Una vez elaborado el proyecto, se obtendrá el permiso sanitario para lo cual se hará el trámite respectivo en el Instituto Nacional de Normalización (INEN).

La importancia de emprender este proyecto radica en el papel de satisfacer a las personas que desean consumir el producto con la finalidad de una mejor alimentación y protección de su salud; además pretendemos fomentar e incrementar la producción y comercialización en el cantón el Pangui.

- ✚ **ENVASE.-** Para la comercialización de la Harina utilizaremos fundas plásticas, selladas que garantizaran la conservación e higiene del producto, considerando que los consumidores prefieren que el producto se envase en funda plástica debido a la facilidad de uso y al precio más cómodo.

GRÁFICO N° 53

ENVASE DE LA HARINA



- ✚ **ETIQUETA.-** La etiqueta del producto irá impresa directamente en el embalaje y esta a la vez proporcionará información a los consumidores sobre la marca, fabricante, procedencia,

cantidad, fecha de fabricación, fecha de caducidad, ingredientes, registro sanitario, precio de venta al público, información nutricional e instrucciones de uso.

GRÁFICO N° 54

ETIQUETA DE HARINA DE PLÁTANO



+ **LOGOTIPO.**- Es un distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, el cual contiene impreso el empaque de la harina.

GRÁFICO N° 55

LOGOTIPO



- ✚ **MARCA.-** La marca de la Harina está formada por el nombre del producto y procedencia del mismo, el cual permitirá identificarlo y diferenciarlo de sus competidores. En este caso nuestro producto lleva el nombre de “PLATAVIT”.

GRÁFICO N° 56

MARCA DE HARINA DE PLÁTANO



g.2.4.2. PRECIO

Es un valor o estimación cuantitativa que se le otorga a un producto y que traducido a unidades monetarias expresa la aceptación o no del consumidor. Además es una política comercial que establece cada una de las empresas. A través de la fijación de precios se busca comercializar un producto que esté acorde con las expectativas de nuestros compradores, se tomará en cuenta las circunstancias

existentes como costo de fabricación, la demanda, competencia, los canales de distribución, impuestos y la situación del mercado; y de esta forma lograr una fuerte penetración en el mercado, la supervivencia de la empresa, ofreciendo productos de calidad, con el propósito de obtener un margen de utilidad razonable.

La empresa quiere cargar un precio que cubra su costo de adquisición y distribución del producto, incluida una rentabilidad justa por su esfuerzo y riesgo. Sin alterar los ingresos por sus ventas y su participación en el mercado. El precio de venta al intermediario de la libra de Harina de Plátano es de \$1,88 dólares para el primer año.

g.2.4.3. PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución está formado por personas que intervienen en la transferencia de la propiedad del producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final. Para determinar las formas de comercialización de las diferentes clases de harina nos basamos en los resultados de las encuestas aplicadas a las familias, negocios que ofrecen harina de plátano y productores. Para la empresa, elegiremos el canal más ventajoso, tomando en cuenta los objetivos de la misma y la disposición de invertir en la comercialización del producto. Por lo tanto seleccionamos el siguiente canal de distribución.

Productor – Minorista – Consumidor.- Para proveer y dar a conocer a los clientes de la existencia de nuestro producto, utilizaremos

intermediarios como tiendas y supermercados, a quienes se les asignaran precios especiales con el fin de no elevar el precio de los productos al consumidor final. Para garantizar la mejor distribución del producto se otorgará el servicio de transporte directo, con el fin de ahorrar el precio de traslado.

GRÁFICO N° 57



g.2.4.4. PUBLICIDAD

La publicidad se efectuará para dar a conocer los productos de la empresa, sus ventajas alimenticias, vitamínicas, nutritivas y el valor agregado que ofrece el producto al consumidor, utilizaremos medios de comunicación social como:

La radio, se transmitirá 16 cuñas radiales durante dos meses en horarios de la tarde, por las emisoras que tienen mayor sintonía en la localidad, desglosados de la siguiente manera: 2 veces a la semana los días martes y jueves tanto en la radio Sentimientos como Integración y con el fin de recordar al mercado la imagen de la empresa y su producto, se elaborará 200 hojas volantes de las cuales se entregaran los domingos durante un mes, 100 en el parque, 100 en el mercado.

PLAN OPERATIVO

Proyecto 1:

“Realizar la publicidad de la empresa González Guamán CIA. LTDA”

Meta:

Lograr que la empresa **“González Guamán”** sea reconocida a nivel local y provincial; con el fin de acaparar más clientela y por ende lograr un posicionamiento en el mercado.

Objetivo:

Aplicar un proceso de publicidad para así poder llegar a la mente de los consumidores.

Estrategia

Para lograr este objetivo se ha propuesto planificar mensajes publicitarios que permitan que la empresa sea conocida a nivel local y provincial. El medio de comunicación que se contratará son las radios Sentimientos e Integración, ya que tiene mayor sintonía. Será transmitida dos veces por semana los días martes y jueves.

Actividades:

Las actividades a realizarse para poder cumplir estas estrategias son:

- Investigar los medios de comunicación de las emisoras que sean más reconocidas y que tenga precios cómodos.
- Realizar el mensaje publicitario.
- Contratar el medio de comunicación.
- Diseñar y realizar hojas volantes.
- Repartir las hojas volantes en los lugares más frecuentados por la localidad.

Políticas:

Las políticas son:

- Constante innovación en el mensaje publicitario.
- Evitar gastos innecesarios.

Responsable:

Los responsables para realizar estas actividades son:

- Las Accionistas de la empresa González Guamán CIA LTDA.
- El Administrador de la empresa González Guamán CIA LTDA.

- El medio de comunicación

Presupuesto:

Los gastos son:

CUADRO N° 63

PRESUPUESTO DEL PLAN OPERATIVO

Actividades	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
• Realización del mensaje publicitario	1	\$23,75	\$23,75
• Emisión del mensaje publicitario	16	\$3,00	\$48,00
• Realización de las hojas volantes	1	\$0,25	\$0,25
• Copias de las hojas volantes	200	\$0,01	\$2,00
TOTAL			\$74,00

Conclusión:

Con el cumplimiento de cada uno de los pasos a seguir lograremos que la empresa González Guamán CIA. LTDA. Tenga un posicionamiento y sea líder en un mercado competitivo.

PLAN OPERATIVO

OBJETIVO 1

“REALIZAR LA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA GONZÁLEZ GUAMÁN CIA. LTDA.”

META	ESTRATEGÍA	TÁCTICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Lograr que la empresa González Guamán CIA. LTDA sea reconocido a nivel local y provincial.	Planificar programas publicitarios en radio Sentimientos e Integración, que será publicada 2 veces a la semana, martes y jueves. Elaborar el contenido que contendrán las hojas volantes.	Desarrollar y difundir los mensajes publicitarios Diseñar el modelo de hojas volantes.	Contratar los medios de comunicación. Repartir hojas volantes.	Las Accionistas El Administrador	El tiempo de ejecución y de difusión de la publicidad será 2 veces por semana los días martes y jueves. Para repartir las hojas volantes será 3 veces al mes los días domingos por apertura de la empresa.
Costo de Implementación:				Resultados Esperados	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ \$ 74,00 dólares 				<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en el mercado. • Abarcar la clientela. • Obtención de ganancias. 	

DESARROLLO DEL OBJETIVO

MENSAJE RADIAL

Contenido: La información que contendrá el mensaje radial es: Marca del producto, nombre de la empresa, ubicación, teléfono.

GRÁFICO N° 58

CUÑA RADIAL

González Guamán una empresa diferente ofrece un producto de gran contenido nutricional y calidad como es la harina de plátano.

Todo lo que tu familia necesita para una correcta alimentación.

Estamos ubicados en el cantón El Pangui, avenida Ángel Vélez y Quito.

Comunícate a los teléfonos 2310397 o al 088618080.

GRÁFICO N° 59

HOJA VOLANTE

P
L
A
T
A
V
I
T



Gran Oferta

Por Apertura:

G&G

TE ESPERAMOS....

En el cantón El Pangui, avenida Angel Vélez y Quito.

Comunícate a los teléfonos

2310397 o al 088618080.

g.3. ESTUDIO TÉCNICO.

g.3.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

g.3.1.1. Tamaño de la Planta.

El tamaño de la planta se determinó tomando como referencia los resultados que determinó el estudio de mercado, principalmente del análisis del balance de la oferta y la demanda.

g.3.1.1.1. Espacio Físico.

Para el normal funcionamiento de la empresa se requiere un local de 175m².

g.3.1.1.2. Capacidad Instalada

Según criterios de Ingenieros en Industrias que nos indicaron sobre el procesamiento de Harina de Plátano, tomando en consideración las clases de productos que se desea lanzar al mercado, las normas INEN, los registros sanitarios que deben obtenerse, para llevar a efecto el proceso productivo de la harina, se requiere de 11 plátanos verdes para producir 1 libra de harina; la cantidad de producción de la **harina**, está dado por la capacidad de la materia prima a utilizarse y de la labor del obrero. La capacidad instalada es de 11.598libras de

harina, se la calculó de la siguiente manera: de los 214.424 plátanos se le saca el 70% de los productores que si están dispuestos a darle un valor agregado al producto que ellos siembran quedándonos 150.097, a este resultado le calculamos el 85% de los que si nos venderían el plátano obteniendo 127.582 plátanos, por último a este valor lo dividimos para 11 que son la cantidad necesaria para elaborar 1 libra de harina y se puede elaborar 11.598 libras de harina.

g.3.1.1.3. Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada del proyecto es el 100% porcentaje que se obtendrá de la capacidad instalada.

CUADRO N° 64

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	11.598	100%	11.598
2	11.598	100%	11.598
3	11.598	100%	11.598
4	11.598	100%	11.598
5	11.598	100%	11.598

Fuente: Capacidad Instalada.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 65

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% DE PART. EN EL MERCADO
1	332.803	11.598	3,49
2	339.098	11.598	3,42
3	345.376	11.598	3,36
4	351.803	11.598	3,30
5	358.376	11.598	3,24

Fuente: Cuadros N° 62 y 64.

Elaboración: Las Autoras.

g.3.1.2. Localización de la Planta

El objetivo de la localización es determinar el sitio exacto donde estará ubicada la empresa; para establecer la localización óptima de la misma analizamos factores que influyen en esta selección.

- ✚ **Mano de obra.**- Al considerar el factor más importante como es la mano de obra, la empresa seleccionará al personal más idóneo, tomando en consideración la habilidad y especialidad que se necesita para cada área, analizando que en este cantón si existe este recurso.
- ✚ **Materia prima.**- En la Provincia de Zamora Chinchipe, cantón el Pangui se constituye en una zona agrícola, es por ello que la adquisición de nuestra materia prima no será un

factor en contra, ya que existe una considerable producción de plátano que pueden ser utilizados en la empresa.

✚ **Transporte.**- La ubicación de la empresa es un lugar estratégico ya que se encuentra al margen de la vía principal donde pueden llegar con facilidad el vehículo con la materia prima para ser procesada.

✚ **Mercado.**- Por tratarse de un producto de consumo masivo y destinado a abastecer a las familias del cantón el Pangui, esto significa que la ubicación de la empresa se encuentra en un lugar estratégico, en donde se puede proveer fácilmente a la demanda existente en el mercado.

✚ **Servicios Básicos.**- El sitio escogido por el funcionamiento de la empresa cuenta con todos los servicios básicos en forma permanente estos son: Agua, Energía Eléctrica, Alcantarillado, etc.

✚ **Ambientales.**- La empresa a constituirse no provocará impactos ambientales puesto que los desechos que se producirían (cáscara) son biodegradables, eliminándose así mismo la posibilidad de afectar a la ecología del sector donde se ubicará la empresa.

g.3.1.2.1. Macrolocalización

En base a los factores señalados anteriormente, la localización óptima de la empresa es el cantón el Pangui, es un lugar estratégico donde los costos de la materia prima y de mano de obra son accesibles y de bajo costo; a más de que permitirá que el producto sea colocado oportunamente en el mercado.

Por tal razón la empresa producirá Harina de plátano, estará ubicada en la Provincia de Zamora Chinchipe en el cantón el Pangui, la misma que forma parte de la Región Sur del Ecuador.

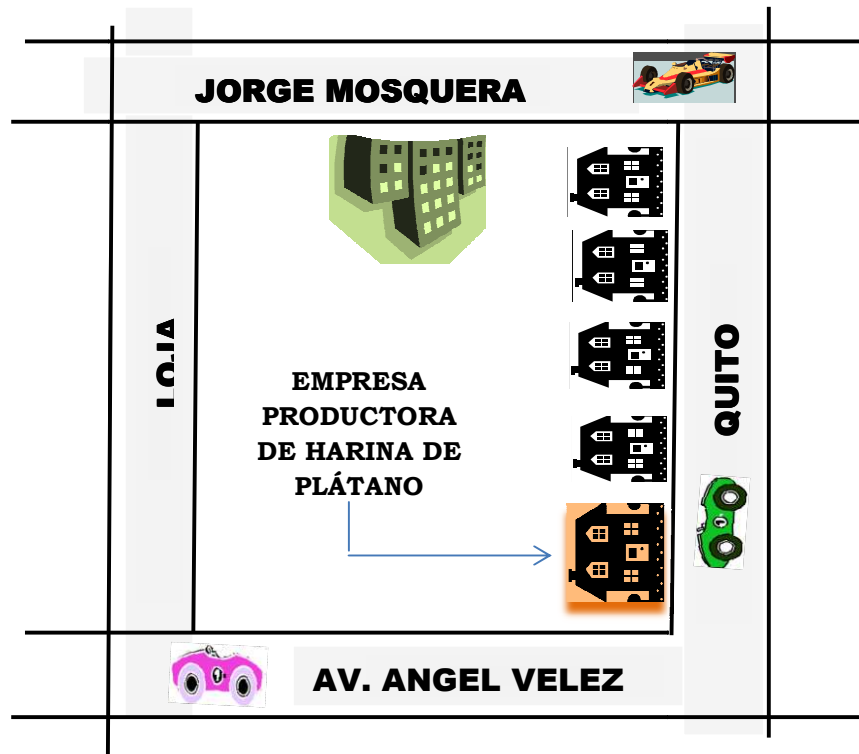
GRÁFICO N° 60
MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



La planta procesadora de Harina de plátano se ubicará en la Provincia de Zamora Chinchipe, Cantón el Pangui, Av. Angel Vélez y Quito.

GRÁFICO N° 61

MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



g.3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto resuelve todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción de requerimientos como de maquinaria o componente tecnológico, el personal que laborará en la empresa, los demás materiales necesarios para su funcionamiento, posteriormente la distribución física de la planta, descripción del proceso productivo y por último la elaboración del flujograma de procesos, el mismo que nos permite determinar los

tiempos y movimientos que se van a utilizar en el proceso de la harina de plátano.

g.3.2.1. Descripción de la Maquinaria y Equipo

Para el proceso de Harina de plátano se necesita la siguiente maquinaria:

- ❖ Molino eléctrico
- ❖ Maquina selladora de bolsas
- ❖ Secador
- ❖ Mesa para el pelado del plátano
- ❖ Balanza
- ❖ Tinajas
- ❖ Cuchillos
- ❖ Cernidor

También se emplearán utensilios como:

- Guantes
- Gorra – malla
- Delantales

g.3.2.2. Descripción de la Inversión del Capital

- **Personal Operativo:** Un obrero
- **Personal de Ventas:** Un Vendedor.
- **Personal Administrativo:** Un gerente, Una secretaria-contadora.

- **Muebles y enseres de Oficina:** Un escritorio tipo gerente, un escritorio normal, dos Sillones giratorios, dos sillas, un archivador.
- **Equipo de Oficina:** Una sumadora y un teléfono.
- **Útiles de Aseo:** Trapeadores, escobas, balde, recogedor, basureros.
- **Útiles de Oficina:** Esferos, lápiz, grapadora, perforadora, CDS, hojas de papel bond, tinta para impresora.
- **Equipo de Computación:** Una computadora y una impresora.
- **Materia Prima Directa:** Plátano.
- **Materia Prima Indirecta:** Fundas de Plástico y Etiquetas.

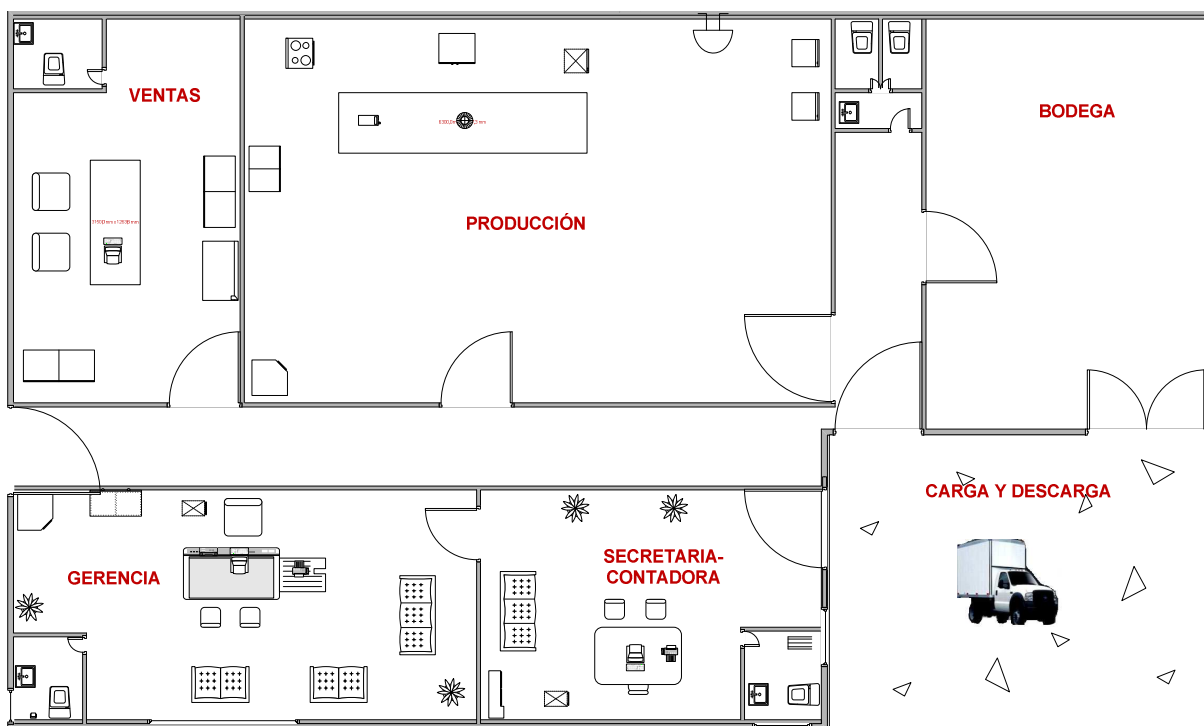
g.3.2.3. Distribución de la Planta

La adecuada distribución de la planta proporciona condiciones óptimas de trabajo y permite además economía en operaciones, a más de que proporciona condiciones de seguridad para los trabajadores. El área del local tendrá un espacio de 175 m² los mismos que serán distribuidos de la siguiente forma:

✓ Gerencia	20 m ²
✓ Secretaría – contabilidad	15 m ²
✓ Producción	50 m ²
✓ Ventas	20 m ²
✓ Carga y descarga	20 m ²
✓ Baños	10 m ²

✓ Bodega	25 m ²
✓ Accesos	15 m ²
TOTAL	175 m²

GRÁFICO N° 62
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Este local será distribuido adecuadamente para el desarrollo normal y óptimo de las operaciones industriales y será arrendado en el cantón El Pangui, en la Av. Angel Vélez y Quito.

g.3.2.4. Proceso Productivo de Harina de Plátano

La harina de plátano es un producto importante de considerar para ser industrializado, no sólo para el consumo humano, sino también como concentrado animal.

A continuación se presenta una descripción del procedimiento básico para obtenerla:

- 1. Descargue:** Se ubica la materia prima en las tinas o lavanderías para iniciar el siguiente paso.
- 2. Lavado:** Una vez receptada la materia prima básica, se procede a colocarlo en recipientes para ser lavado manualmente a efecto de quitar las impurezas que puedan contener hasta que queden totalmente limpios.
- 3. Pelado:** El pelado se realiza de forma manual.
- 4. Inmersión:** Esta inmersión en solución de dióxido de azufre al 1%, por diez minutos, se hace con el fin de evitar la oxidación del plátano y los posteriores cambios de color no deseados que se podrían dar.

- 5. Cubileteado:** Los plátanos ya pelados se cortan con cuchillo o con máquinas troceadoras para obtener trozos más pequeños que pueden ser en forma de cubos o rodajas. Este paso es necesario para aligerar el proceso de secado.

- 6. Tratamiento térmico:** Este tratamiento se hace con el fin de extraer humedad. La deshidratación se lleva a cabo en secadores.

- 7. Molido:** Se puede utilizar un molino de martillos, por el cual se pasan los trozos de producto seco para ser finamente divididos hasta partículas pequeñas, formándose así la harina.

- 8. Cernido:** La harina que se obtiene tiene diferentes tamaños de partícula y partículas extrañas, por lo que la totalidad del producto se debe hacer pasar por un tamiz para obtener las diferentes fracciones por separado. De esta forma se llega a obtener un producto más fino.


- 9. Empaque y Sellado:** Una vez lista la harina se puede empacar en bolsas, preferiblemente de polipropileno o celofán. Una vez listas las bolsas, se sellan debidamente para evitar que entre humedad del medio al producto y también que se vaya a contaminar con insectos o materias extrañas. Las cantidades a colocar en cada una será de 1 libra.

10. **Almacenamiento:** Finalmente, en bodega se procede a registrar en inventarios de mercaderías existentes para proceder a la distribución.

GRÁFICO N° 63

DIAGRAMA DE PROCESO PARA LA PRODUCCIÓN DE HARINA DE PLÁTANO

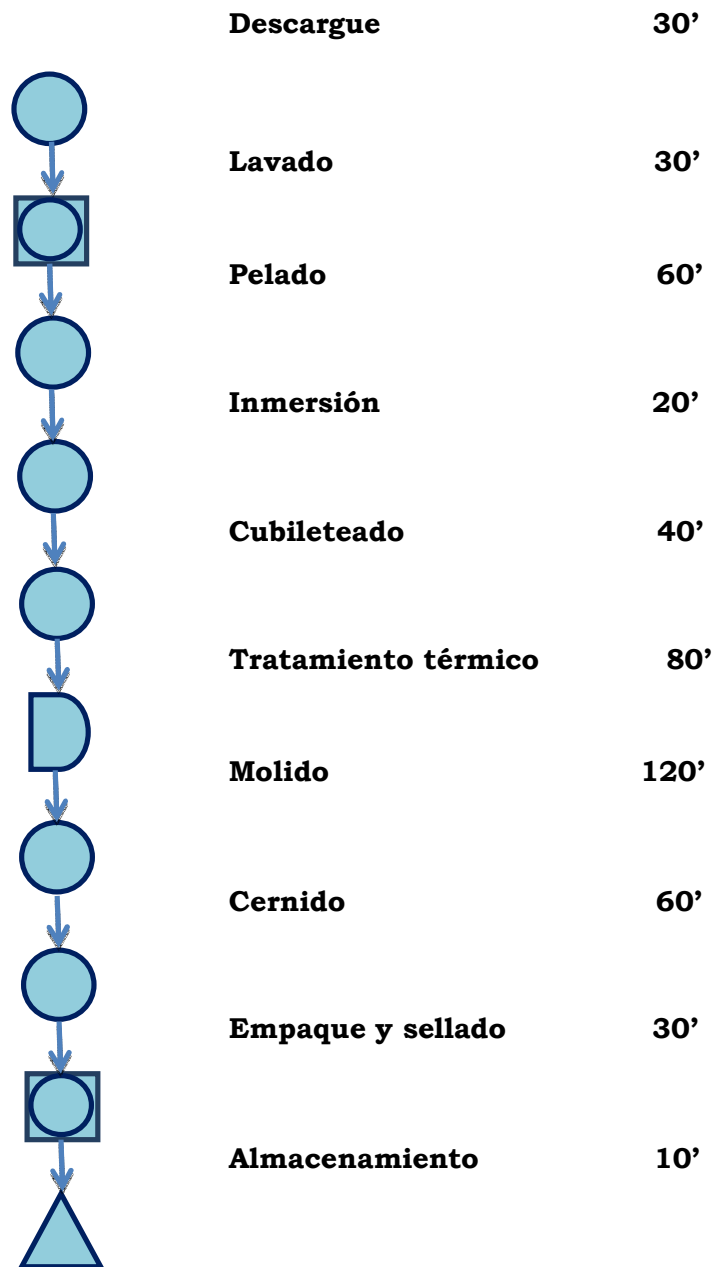
75 LIBRAS DIARIAS DURANTE 8 HORAS LABORABLES.

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLOGÍA					TIEMPO
							
2	Descargue						30 min.
3	Lavado						30 min.
4	Pelado						60 min.
5	Inmersión						20 min.
6	Cubileteado						40 min.
7	Tratamiento térmico						80 min.
8	Molido						120 min.
9	Cernido						60 min.
10	Empaque y sellado						30 min.
11	Almacenamiento						10 min.
	TOTAL						480 min.

Elaboración: Las Autoras

GRÁFICO N° 64

FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO



g.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

g.4.1. BASE LEGAL

La empresa será constituida como **CAMPAÑA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, que responderán por las obligaciones sociales de la empresa hasta por el monto de sus aportaciones individuales y realizan el comercio bajo una razón social.

g.4.1.1. Objeto Social

La empresa se dedicará a la producción y comercialización de Harina de Plátano, para el consumo de las familias panguenses.

g.4.1.2. Tiempo de Duración

La empresa productora y comercializadora de Harina de Plátano, tendrá un tiempo de duración de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción del Contrato Social en el Registro Mercantil.

g.4.1.3. Domicilio:

Las instalaciones de nuestra empresa estarán ubicadas en:

Provincia: Zamora Chinchipe

Cantón: El Pangui

Parroquia: El Pangui

Barrio: La Alborada

Calles: Angel Vélez y Quito

g.4.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental de la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa con la que cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa, esto hará posible que los recursos especialmente el humano sea administrado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas estructurados por cinco niveles jerárquicos que se presentan en este documento a los cuales se acompaña con el manual de funciones.

g.4.2.1. Niveles Jerárquicos

Según lo que expresa la Ley de Compañías los niveles jerárquicos, están constituidos por los siguientes:

- ⊕ **Nivel Legislativo.-** En nuestra empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la legislar sobre la política que debe seguir la organización, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. y decidir aspectos de mayor trascendencia.

- ⊕ **Nivel Ejecutivo.-** Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel

cumplimiento y realizando todas las actividades que se necesiten con el fin de cumplir con el objetivo de la empresa.

- ⊕ **Nivel Asesor.-** Esta formado por el Asesor Jurídico y la Contadora, cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica y llevar la contabilidad respectivamente, en este caso será ocasional o cuando fuere necesario contratar sus servicios.

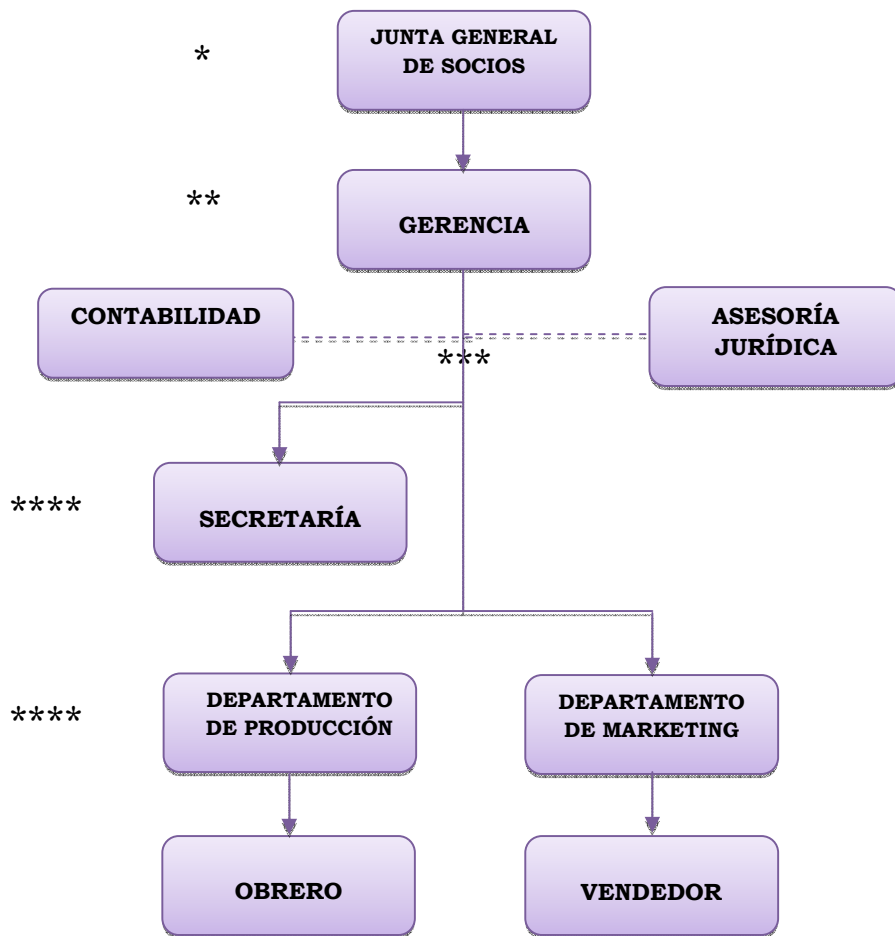
- ⊕ **Nivel Operativo.-** Lo conforman el trabajador y el vendedor; los dos inciden directamente en el proceso de producción y ventas.

- ⊕ **Nivel de Apoyo.-** Esta conformado por el puesto de trabajo que tienen relación directa con el cumplimiento de las actividades administrativas de la empresa como es la Secretaria.

g.4.2.2. Organigramas

Los organigramas son esquemas de la organización que representan en forma gráfica la estructura orgánica de la empresa, que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad.

GRÁFICO N° 64
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
GONZÁLEZ-GUAMÁN CIA. LTDA.



ELABORACIÓN: Las Autoras.

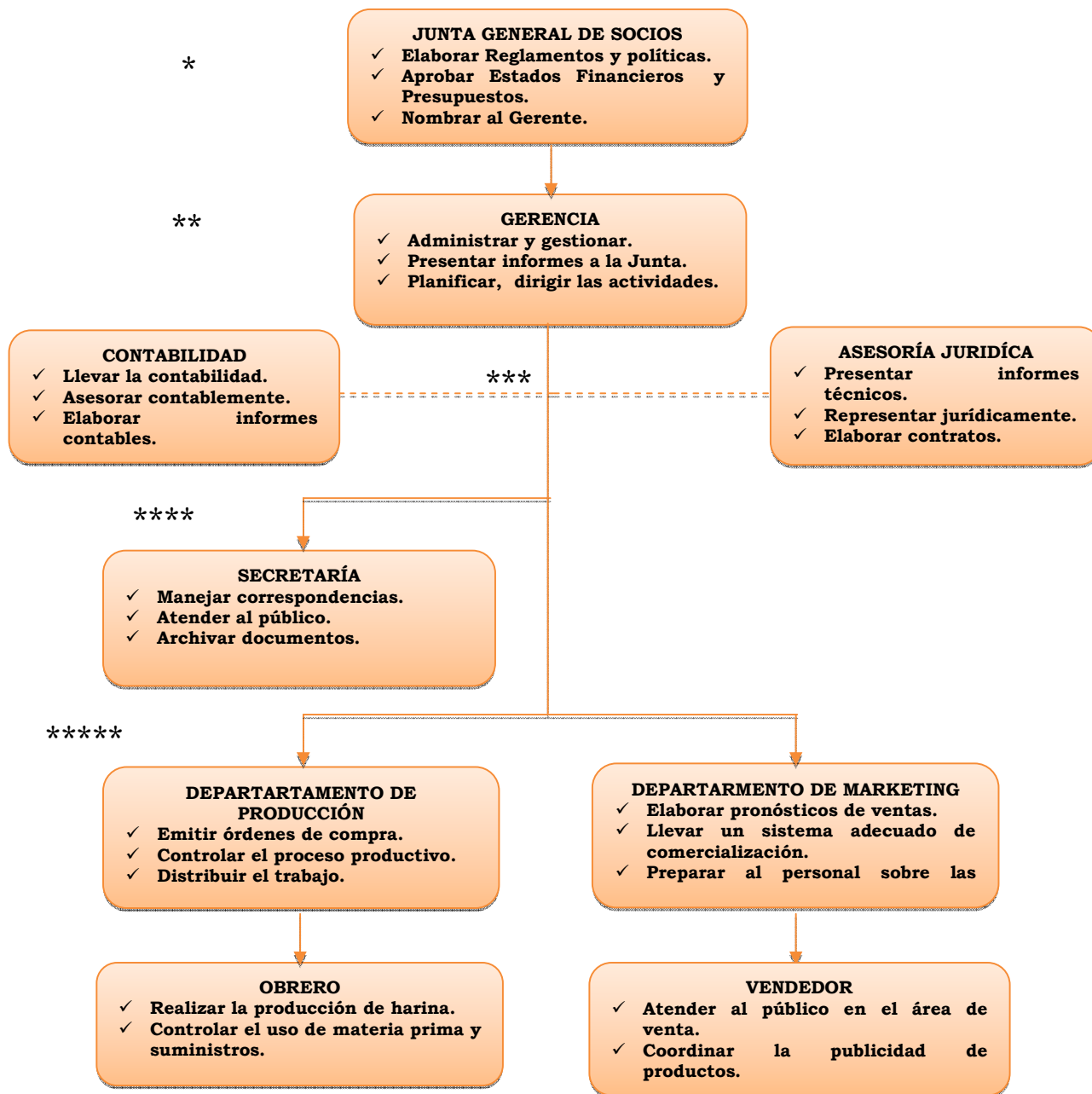
SIMBOLOGIA:

- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel de Apoyo
- ***** Nivel Operativo
- Línea de Mando
- - - - - Línea de Asesoría

GRÁFICO N° 65

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GONZÁLEZ-GUAMÁN CIA. LTDA.



SIMBOLOGIA:

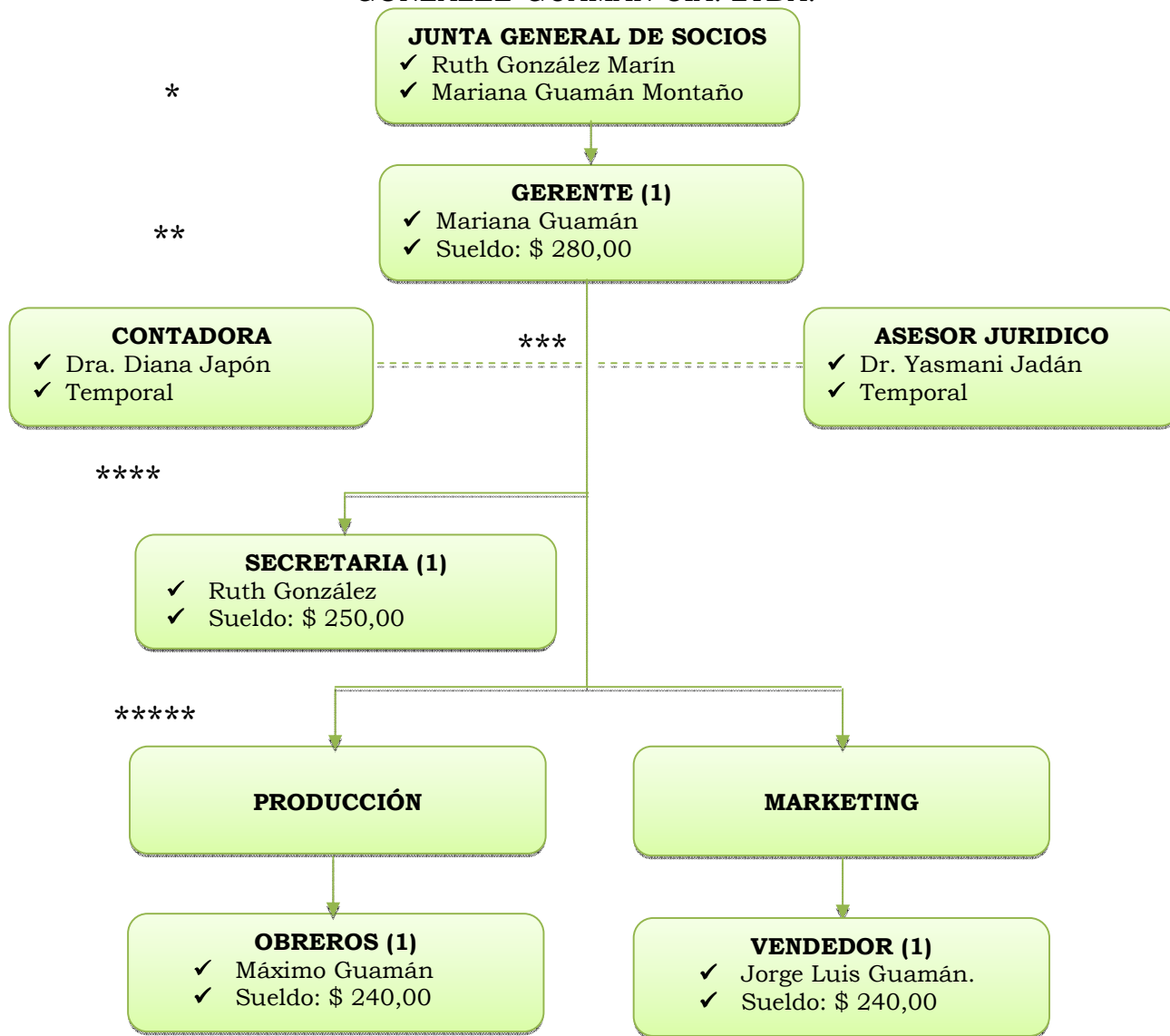
- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel de Apoyo
- ***** Nivel Operativo
- Línea de Mando
- Línea de Asesoría

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 66

ORGANIGRAMA POSICIONAL

GONZÁLEZ-GUAMÁN CIA. LTDA.



ELABORACIÓN: Las Autoras

SIMBOLOGIA:

- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel de Apoyo
- ***** Nivel Operativo
- _____ Línea de Mando
- - - - - Línea de Asesoría

g.4.2.3. Manual de Funciones:

Es un esquema de las diferentes tareas específicas que realiza cada elemento de la empresa, en sus diferentes puestos de trabajo, dando a conocer sus habilidades, destrezas, actitudes, aptitudes para ser eficiente y eficaz en su cargo.

El Manual de Funciones está estructurado de la siguiente forma: código, título, naturaleza del trabajo, funciones típicas, características de clase y requisitos mínimos.

1. CÓDIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO: Junta General de Socios

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Establecer la legislación y normatividad que regirá la operación de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Analizar y aprobar las leyes y reglamentos que permitirá el buen funcionamiento de la empresa.
- Decidir sobre los dividendos de utilidades.
- Establecer y normar las políticas que regirán a la organización.
- Representar legalmente a la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Velar por el cumplimiento de las normas legales, reglamentos, estatutos y hacer cumplir las decisiones tomadas por la Junta General.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Ser socio.

2. CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Cumplir con las disposiciones dadas en la junta e informar sobre la marcha de las mismas.
- Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa.
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- Diseñar y mantener procedimientos de compra de materia prima.
- Organizar cursos de capacitación.
- Presentar al directorio o a la junta, programas de producción, pronósticos de venta y más documentos de trabajo para su aprobación.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional en Ingeniería Comercial.
- Experiencia en funciones similares.

3. CÓDIGO: 003

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico (temporal)

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- aconsejar a los directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Adoptar un compromiso organizacional.
- Consignar convenios, contratos, poderes, tratados, estipulaciones, pagarés y otros documentos de tipo legal.
- Realiza reglamentos para el personal.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título a nivel universitario, abogado-doctor en jurisprudencia.
- Dos años en funciones similares.

4. CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO: Contabilidad (temporal)

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Elaborar el libro diario y los respectivos estados financieros.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Informar a los directivos de la situación financiera de la empresa.
- Adoptar un compromiso organizacional.
- Realizar los roles de pago.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Se caracteriza por mantener honradez, aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es temporal.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título en Contadora Pública.

5. CÓDIGO:

004

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Ejecución de actividades contables y de gran variedad, manejar y tramitar documentos e información confidencial de la organización, y llevar las relaciones con el público y demás trabajadores de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorando, circulares de la empresa.
- Atender al público y concertar entrevistas con el gerente de la empresa.
- Mantener actualizado el registro de clientes en lo que se refiere a contratos y servicios.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad, discreción y conocimientos de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Secretaria.
- Experiencia un año.
- Haber participado en cursos de relaciones humanas.

6. CÓDIGO:

005

TÍTULO DEL PUESTO: Obrero 1

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Manipular con diligencia y cuidado los equipos para el procesamiento de materia prima, elaborar el producto propuesto y dar mantenimiento a la maquinaria.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.
- Entregar la cantidad de materia prima a utilizar.
- Controlar al producto que esté de acuerdo con las normas técnicas.
- Elaborar harina de plátano.
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación de los equipos.
- Evitar desperdicios de los materiales.
- Realiza el almacenamiento de productos terminados.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El trabajo requiere habilidad y destreza, además adoptar un compromiso organizacional.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Disponer tiempo completo.

7. CÓDIGO:

006

TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Llevar a cabo la planificación, organización, coordinación y control de las actividades que se realicen en la empresa en referencia a las ventas y publicidad del producto y de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Estructurar el programa y planes de ventas.
- Atender al público que requiere información del área de ventas y sobre el producto.
- Mantener un sistema adecuado de comercialización.
- Presentar informes de ventas a su inmediato superior.
- Elaborar pronósticos de ventas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza, además adoptar un compromiso organizacional.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Ser bachiller.
- Experiencia mínima un año.
- Disponer tiempo completo.

g.5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de los proyectos de inversión tiene por objeto determinar, de una manera contable, la magnitud de inversión de la alternativa de producción que se determinó en el estudio técnico. El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación de las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación de del proyecto.

Con la realización del presente estudio financiero se podrá en el futuro tomar decisiones acertadas en lo que respecta a la proyección del movimiento del efectivo en áreas operativas, de inversión y de financiamiento; es decir, se determinará si existe el uso racional de los ingresos y desembolsos del efectivo; corregir las deficiencias encontradas que originaron un desfase entre lo planificado y lo realmente encontrado, se estaría evaluando el potencial de flujo del efectivo neto en el presente y con proyección al futuro; así se podrán prever nuevas inversiones, mantener o cambiar las políticas de comercialización, tomar medidas para disminuir gastos etc.

Este proyecto origina tres activos: Activo fijo, Diferido, Circulante o capital de trabajo, etc.

g.5.1. INVERSIONES

Se refiere a las erogaciones que se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: maquinarias, edificio, para gastos de constitución y para capital de trabajo, etc. La mayoría de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto ya sea por la necesidad de realizar la inversión, por renovar activos desgastados o porque sean necesarios incrementar la capacidad de producción.

Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos, activos diferidos y capital de operación o trabajo.

g.5.1.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Constituyen las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa.

Maquinaria y Equipo: Constituye el componente tecnológico necesario para dotar a la planta y así llevar a efecto el proceso productivo de la harina con un total de \$595,00.

CUADRO N° 66

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Molino eléctrico	1	400,00	400,00
Sellador de fundas	1	50,00	50,00
Secador	1	145,00	145,00
TOTAL			595,00

Fuente: Hnos. Ochoa-Loja.

Elaboración: Las Autoras

DEPRECIACIÓN

Valor del Activo: \$595

Vida Útil: 10 años

Depreciación: 10%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			595,00
1	53,55	53,55	541,45
2	53,55	107,10	487,90
3	53,55	160,65	434,35
4	53,55	214,20	380,80
5	53,55	267,75	327,25
6	53,55	321,30	273,70
7	53,55	374,85	220,15
8	53,55	428,40	166,60
9	53,55	481,95	113,05
10	53,55	535,50	59,50

Herramientas: Constituyen los elementos necesarios para la elaboración de la harina con un total de \$101,80.

CUADRO N° 67

HERRAMIENTAS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balanza	1	16,00	16,00
Mesa para el pelado	2	26,00	52,00
Tinas	3	4,80	14,40
Cuchillos	2	2,50	5,00
Cernidor metálico	2	7,20	14,40
TOTAL			101,80

Fuente: Ferretería Encarnación y Carpintería Carlos-El Panguí.

Elaboración: Las Autoras

DEPRECIACIÓN

Valor del Activo: \$101,80

Vida Útil: 10 años

Depreciación: 10%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			101,80
1	9,16	9,16	92,64
2	9,16	18,32	83,48
3	9,16	27,49	74,31
4	9,16	36,65	65,15
5	9,16	45,81	55,99
6	9,16	54,97	46,83
7	9,16	64,13	37,67
8	9,16	73,30	28,50
9	9,16	82,46	19,34
10	9,16	91,62	10,18

Equipo de Oficina: Son todos aquellos bienes tangibles que se requieren para desarrollar las actividades administrativas dentro de la empresa, su costo es \$75,00.

CUADRO N° 68

EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadora	1	35,00	35,00
Teléfono fijo	1	40,00	40,00
TOTAL			75,00

Fuente: Comercial CREDIZA-El Panguí.

Elaboración: Las Autoras

DEPRECIACIÓN

Valor del Activo: \$75,00

Vida Útil: 5 años

Depreciación: 10%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			75,00
1	13,50	13,50	61,50
2	13,50	27,00	48,00
3	13,50	40,50	34,50
4	13,50	54,00	21,00
5	13,50	67,50	7,50

Equipo de Computación: Constituye una herramienta importante en el desarrollo de las actividades de la empresa, la misma que ahorra tiempo, costos permitiendo la obtención de la información financiera inmediata y actualizada.

CUADRO N° 69

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	600,00	600,00
Impresora	1	45,00	45,00
SUBTOTAL			645,00
Computadora reinversión	1	619,26	619,26
		TOTAL	1264,26

Fuente: Comercial CREDIZA-El Panguí.

Elaboración: Las Autoras

DEPRECIACIÓN

Valor del Activo: \$645,00

Vida Útil: 3 años

Depreciación: 33,33%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			645,00
1	143,34	143,34	501,66
2	143,34	286,68	358,32
3	143,34	430,02	214,98

DEPRECIACIÓN REINVERSIÓN

Valor del Activo: \$619,26

Vida Útil: 3 años

Depreciación: 33,33%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			619,26
1	137,62	137,62	481,64
2	137,62	275,24	344,02
3	137,62	412,86	206,40

Muebles y Enseres: Son todos aquellos muebles que se necesitan en los diferentes departamentos de la empresa para llevar a efecto las actividades de la misma, el costo es \$238,00.

CUADRO N° 70

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sillones giratorios	2	13,00	26,00
Escritorio	2	60,00	120,00
Sillas	2	6,00	12,00
Archivador	1	80,00	80,00
TOTAL			238,00

Fuente: Carpintería Carlos.

Elaboración: Las Autoras

DEPRECIACIÓN

Valor del Activo: \$238,00

Vida Útil: 5 años

Depreciación: 10%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			238,00
1	42,84	42,84	195,16
2	42,84	85,68	152,32
3	42,84	128,52	109,48
4	42,84	171,36	66,64
5	42,84	214,20	23,80

Vehículo: Es un bien tangible que nos permitirá realizar actividades de transportar la materia prima desde los terrenos de los productores hasta la empresa, y de la distribución del producto terminado, el costo asciende a \$4000.

CUADRO N° 71**VEHÍCULO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
DATSUN	1	4000,00	4000,00
TOTAL			4000,00

Fuente: K-RRASO-Loja.

Elaboración: Las Autoras

DEPRECIACIÓN

Valor del Activo: \$4000,00

Vida Útil: 5 años

Depreciación: 20%

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0			4000,00
1	640,00	640,00	3360,00
2	640,00	1280,00	2720,00
3	640,00	1920,00	2080,00
4	640,00	2560,00	1440,00
5	640,00	3200,00	800,00

CUADRO N° 72**RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS**

ACTIVOS	VALOR ACTUAL	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR SALVAMENTO
Maquinaria	595,00	10	59,50	53,55	327,25
Herramientas	101,80	10	10,18	9,16	55,99
Equipo de Oficina	75,00	5	7,50	13,50	7,50
Equipo de Comp.	645,00	3	214,98	143,34	214,98
Reinversión Eq. Comp.	619,26	3	206,40	137,62	206,40
Muebles y Enseres	238,00	5	23,80	42,84	23,80
Vehículo	4000,00	5	800,00	640,00	800,00
TOTAL				1040,01	1635,92

CUADRO N° 73

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLES	CUADRO N°	VALOR
Maquinaria y equipo	65	595,00
Herramientas	66	101,80
Equipo de oficina	67	75,00
Equipo de computación	68	1264,26
Muebles y enseres	69	238,00
Vehículo	70	4000,00
TOTAL		6274,06

Fuente: Cuadros N° 65 al 70.

Elaboración: Las Autoras

g.5.1.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

En esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación y implementación de proyecto, antes de entrar en operación, en este rubro se toma en cuenta los gastos necesarios para la realización de la factibilidad, dentro de ellos tenemos, estudios preliminares, gastos de constitución, marcas, patentes, y legalidad de operación. El costo es \$1025,00.

CUADRO N° 74

ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR
Estudios Preliminares	200,00
Gastos de constitución	80,00
Registro, marca y patente	250,00
Legalidad de operación	70,00
Instalaciones y Adecuaciones	425,00
TOTAL	1025,00

DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO AMORT.	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Activo Diferido	1025,00	5	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00

g.5.1.3. INVERSIÓN EN ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Se designan a todos los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que haga posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas; está constituido por todos los valores necesarios para la operación normal del proyecto como son: materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra directa, mano de obra indirecta, costos generales de producción, gastos de administración y ventas.

El capital de operación se lo establece para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos.

Materia prima directa: Constituye el plátano adquirido en el Cantón el Pangui, el valor de la unidad es de \$0,02 para la producción de harina.

CUADRO N° 75

MATERIA PRIMA DIRECTA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Plátano	10632	0,02	212,64	2551,64
TOTAL			212,64	2551,64

Fuente: Productores de El Panguí y Cuadro N° 63.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plátano	2551,64	2633,55	2718,09	2805,34	2895,39
TOTAL	2551,64	2633,55	2718,09	2805,34	2895,39

Materia Prima Indirecta: Los Costos de materia prima indirecta son aquellos que incurren en el acabado del producto en este caso la funda y la etiqueta, que asciende a un valor mensual de \$45,48 y a un valor anual de \$545,81.

CUADRO N° 76

MATERIA PRIMA INDIRECTA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Fundas plásticas (docenas)	967	0,01	9,67	115,98
Etiquetas (docenas)	967	0,02	19,33	231,97
TOTAL			29,00	347,95

Fuente: Cuadro N° 64 y Comercial Diana-El Panguí.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fundas y Etiquetas	347,95	359,12	370,65	382,55	394,83
TOTAL	347,95	359,12	370,65	382,55	394,83

Mano de Obra Directa: La mano de obra directa es aquella que está inmersa directamente en el proceso de producción, para la elaboración de harina de plátano, se necesitará 1 obrero, el que será remunerado de acuerdo a la ley del 2010, el incremento que utilizamos es de 9%, tomando en cuenta el salario mínimo del 2008 (\$200,00) y 2009 (\$218,00).

CUADRO N° 77

MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	Obrero
Sueldo Básico Unificado	240,00
Decimo Tercer Sueldo	20,00
Decimo Cuarto Sueldo	20,00
Vacaciones	10,00
Fondo de Reserva 8,33%	19,99
Aporte Patronal 11,15%	26,76
IECE 0,50%	1,20
CNFC 0,50%	1,20
Total Remuneración	339,15
Total Anual	4069,82

Fuente: IESS e Inspectoría de Trabajo.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obrero 1	4069,82	4436,11	4835,36	5270,54	5744,89
TOTAL	4069,82	4436,11	4835,36	5270,54	5744,89

Servicios Básicos: Constituye la energía eléctrica, el agua potable, el servicio de teléfono, que será utilizada en la fabricación un 70% y el 30% que se utilizará en el sector administrativo.

CUADRO N° 78

SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	CONSUMO MENSUAL	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua Potable m3	8	1,40	11,20	134,40
Energía Eléctrica KW/H	90	0,14	12,60	151,20
Teléfono minutos	50	0,16	8,00	96,00
TOTAL			31,80	381,60

Fuente: UMAPAL, EERSSA Y PACIFICTEL.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	381,60	393,85	406,49	419,54	433,01
TOTAL	381,60	393,85	406,49	419,54	433,01

Sueldos y Salarios al Personal Administrativo: Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos o cargos, así tenemos un gerente, la secretaria-contadora.

CUADRO N° 79

SUELDOS Y SALARIOS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

DETALLE	Gerente	Secretaria-Contadora
Sueldo Básico Unificado	280,00	250,00
Decimo Tercer Sueldo	23,33	20,83
Decimo Cuarto Sueldo	20,00	20,00
Vacaciones	11,67	10,42
Fondo de Reserva 8,33%	23,32	20,83
Aporte Patronal 11,15%	31,22	27,88
IECE 0,50%	1,40	1,25
CNFC 0,50%	1,40	1,25
Total Remuneración	392,34	352,45
Total Anual	4708,13	4229,40
TOTAL	8937,53	

Fuente: IESS e Inspectoría de Trabajo.

Elaboración: Las Autora

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal Adm.	8937,53	9741,91	10618,68	11574,36	12616,05
TOTAL	8937,53	9741,91	10618,68	11574,36	12616,05

Sueldo al Personal de Ventas: Es aquel sueldo que será cancelado al personal que labora dentro del departamento de marketing como el vendedor.

CUADRO N° 80

SUELDO Y SALARIO AL PERSONAL DE VENTAS

DETALLE	Obrero
Sueldo Básico Unificado	240,00
Decimo Tercer Sueldo	20,00
Decimo Cuarto Sueldo	20,00
Vacaciones	10,00
Fondo de Reserva 8,33%	19,99
Aporte Patronal 11,15%	26,76
IECE 0,50%	1,20
CNFC 0,50%	1,20
Total Remuneración	339,15
Total Anual	4069,82

Fuente: IESS e Inspectoría de Trabajo.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	4069,82	4436,11	4835,36	5270,54	5744,89
TOTAL	4069,82	4436,11	4835,36	5270,54	5744,89

Suministros de Oficina: Son aquellos bienes tangibles y de uso exclusivo para la empresa en labores especialmente administrativos.

CUADRO N° 81

SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL
Esferos	4	0,25	1,00	3	3,00
Grapadora	1	1,75	1,75	1	1,75
Perforadora	1	1,50	1,50	1	1,50
Cd's	3	0,20	0,60	5	3,00
Papel bond (resma)	1	3,20	3,20	2	6,40
Tinta para impresora	1	20,00	20,00	1	20,00
TOTAL			28,05		35,65

Fuente: Comercial Salazar-El Pangui.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros	35,65	36,79	37,98	39,19	40,45
TOTAL	35,65	36,79	37,98	39,19	40,45

Arriendo: Se refiere al local donde va a funcionar la empresa siendo el costo mensual de \$100,00 y el costo anual de \$1.200,00.

CUADRO N° 82

ARRIENDO

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	100,00	1200,00
TOTAL	100,00	1200,00

Fuente: La Alborada-El Pangui.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	1200,00	1238,52	1278,28	1319,31	1361,66
TOTAL	1200,00	1238,52	1278,28	1319,31	1361,66

Útiles de Aseo: En lo referente a este rubro, existen ciertos elementos que tienen una larga duración como son las escobas, trapeadores, balde, recogedor, basurero.

CUADRO N° 83**ÚTILES DE ASEO**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL
Trapeadores	1	3,20	3,20	3	9,60
Escobas	1	1,50	1,50	2	3,00
Balde	1	3,00	3,00	1	3,00
Basurero	2	4,60	9,20	1	9,20
Recogedor	1	0,90	0,90	1	0,90
Detergente	2	1,90	3,80	6	22,80
Ambientales	1	1,50	1,50	3	4,50
TOTAL			23,10		53,00

Fuente: Comercial Gómez-El Panguí.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Útiles de aseo	53,00	54,70	56,46	58,27	60,14
TOTAL	53,00	54,70	56,46	58,27	60,14

Indumentaria de personal: Es la vestimenta que utilizará el personal de producción para la transformación del producto.

CUADRO N° 84**INDUMENTARIA PERSONAL DE PRODUCCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL
Guantes	2	1,80	3,60	3	10,80
Gorras	2	1,50	3,00	1	3,00
Delantales	2	2,30	4,60	1	4,60
TOTAL			11,20		18,40

Fuente: Comercial Gómez-El Panguí.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Indumentaria	18,40	18,99	19,60	20,23	20,88
TOTAL	18,40	18,99	19,60	20,23	20,88

Combustible y Lubricantes: Es el insumo con el cual el vehículo puede trasladarse de un lugar a otro como para la adquisición de la materia prima que es desde los productores con el 50% y la comercialización del producto con el 50% restante.

CUADRO N° 85

COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Lubricantes	2	2,00	4,00	48,00
Diesel	15	1,04	63,00	756,00
Extra	5	1,40	7,00	84,00
TOTAL			74,00	888,00

Fuente: Gasolinera González-El Pangui.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible	888,00	916,50	945,92	976,29	1007,63
TOTAL	888,00	916,50	945,92	976,29	1007,63

Publicidad: La publicidad será mediante hojas volantes y la cual será transmitida en la Radios Integración y Sentimientos, para de esta manera hacer conocer el producto a elaborarse.

CUADRO N° 86

PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL
Hojas Volantes	600	0,01	6,00	1	6,00
Radio	8	8,50	68,00	2	136,00
TOTAL			74,00		142,00

Fuente: Radio Integración-Zamora, Sentimientos e Imprenta Cosmos-El Pangui.

Elaboración: Las Autoras

INCREMENTO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	142,00	148,26	154,81	161,64	168,77
TOTAL	142,00	148,26	154,81	161,64	168,77

CUADRO N° 87

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

DETALLES	CUADRO N°	VALOR
Materia prima directa	74	212,64
Materia prima indirecta	75	29,00
Mano de obra directa	76	319,15
Servicios básicos	77	31,80
Sueldos personal administrativo	78	744,79
Sueldo al personal de ventas	79	339,15
Suministros de oficina	80	28,05
Arriendo	81	100,00
Útiles de aseo	82	23,10
Indumentaria al personal	83	11,20
Combustible y lubricantes	84	74,00
Publicidad	85	74,00
TOTAL		2006,88

Fuente: Cuadros N° 74 al 85.

Elaboración: Las Autoras

CUADRO N° 88

RESUMEN DE ACTIVOS

DETALLE	CUADRO N°	VALOR
Activo Fijo	72	6274,06
Activo Diferido	73	1025,00
Activo Circulante	86	2006,88
TOTAL		9305,94

Fuente: Cuadros N° 72, 73 y 86.

Elaboración: Las Autoras

g.5.2. FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario las fuentes de financiamiento el mismo que debe ser expuesto en forma completamente clara. Existen dos fuentes de financiamiento: fuentes internas y fuentes externas de financiamiento. El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

g.5.2.1. Fuentes Internas.

El 67,76% del total de la inversión que corresponde a \$6.305,94 dólares será financiado con aportaciones de los socios o capital propio.

g.5.2.2. Fuentes Externas.

Para poder desarrollar este proyecto se hace necesario solicitar un préstamo, es decir fuentes externas de financiamiento por lo que se decidió trabajar con el Banco Nacional de Fomento con su línea de crédito especial, el mismo que tendrá un monto de \$3.000,00 dólares a un plazo de 5 años, con un interés preferencial anual de 11,35% que servirá para financiar la compra del vehículo.

CUADRO N° 89 FINANCIAMIENTO

CAPITAL	TOTAL	%
Préstamo	3000,00	32,24
Aporte de las Socias	6305,94	67,76
Inversión	9305,94	100,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento y Socias.

Elaboración: Las Autoras

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Capital: \$3.000,00

Interés: 11,35%

Tiempo: 5 años

SEMESTRE	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	C. DISMINUIDO
0				3000,00
1	300,00	170,25	470,25	2700,00
2	300,00	153,23	453,23	2400,00
3	300,00	136,20	436,20	2100,00
4	300,00	119,18	419,18	1800,00
5	300,00	102,15	402,15	1500,00
6	300,00	85,13	385,13	1200,00
7	300,00	68,10	368,10	900,00
8	300,00	51,08	351,08	600,00
9	300,00	34,05	334,05	300,00
10	300,00	17,03	317,03	0,00

g.5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

La determinación de los costos surge como consecuencia lógica y fundamental del propio estudio técnico puesto que el estudio permitirá distribuir los costos el proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

g.5.3.1. Costos Totales de Producción

Son aquellos que se dan por la producción y comercialización de harina y chifle de plátano. En nuestra empresa la estructura de los costos comprende los costos de producción y operación, está integrado por:

- Costos de producción
- Gastos financieros
- Gastos de venta
- Gastos de financiamiento

CUADRO N° 90

PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	2.551,64	2.633,55	2.718,09	2.805,34	2.895,39
Mano de Obra directa	4.069,82	4.436,11	4.835,36	5.270,54	5.744,89
Total costos de producción	6.621,47	7.069,66	7.553,44	8.075,88	8.640,28
GASTOS GEN. DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	347,95	359,12	370,65	382,55	394,83
Activos Diferidos	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
Dep de maq. y equipo	53,55	53,55	53,55	53,55	53,55
Dep. de herramientas	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
Dep. de equipo de oficina	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Dep. de equipo de comp.	143,34	143,34	143,34	137,62	137,62
Dep. de vehículo de fabricación	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Servicios Básicos	267,12	275,69	284,54	293,68	303,11
Combustible y Lubricantes	444,00	458,25	472,96	488,14	503,81
Indumentaria de personal	18,40	18,99	19,60	20,23	20,88
Total gastos de fabricación	1822,02	1856,61	1892,31	1923,43	1961,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	4.468,76	4.870,95	5.309,34	5.787,18	6.308,03
Suministro de Oficina	35,65	36,79	37,98	39,19	40,45
Arriendo	600,00	619,26	639,14	659,65	680,83
Servicios Básicos	114,48	118,15	121,95	125,86	129,90
Útiles de aseo	26,50	27,35	28,23	29,13	30,07
Total gastos administración	5.245,39	5.672,51	6.136,63	6.641,02	7.189,28
GASTOS DE VENTA					
Sueldo personal de ventas	4.069,82	4.436,11	4.835,36	5.270,54	5.744,89
Publicidad	142,00	148,26	154,81	161,64	168,77
Combustible y Lubricante	444,00	458,25	472,96	488,14	503,81
Dep. de vehículo de ventas	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Total gastos de venta	4975,82	5362,63	5783,13	6240,32	6737,47
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del Préstamo	323,48	255,38	187,28	119,18	51,08
Total gastos financieros	323,48	255,38	187,28	119,18	51,08
TOTAL	18.988,18	20.216,78	21.552,78	22.999,83	24.579,56

Fuente: Cuadros N° 72, 73 y 86.

Elaboración: Las Autoras

g.5.3.2. Costo Unitario de Producción

Para obtener el costo unitario, se establece la relación entre el costo total y el número de unidades vendidas anualmente.

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{COSTO \cdot TOTAL}{N^{\circ}.De \cdot Unidades \text{ Pr oducidas}}$$

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{18.988,18}{11.598,00}$$

$$COSTO \cdot UNITARIO = 1,64$$

Luego de esto se obtiene el Precio de Venta al Intermediario mediante la siguiente fórmula:

$$P. U. V. = Costo Unitario de Producción + Utilidad$$

$$P. U. V. = 1,64 + 15\%$$

$$P. U. V = 1,88$$

Hay que resaltar que el costo de la libra de Harina de Plátano es de \$1,88; tomando en cuenta el costo de la materia prima directa e indirecta.

CUADRO N° 91

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

AÑOS	COSTO TOTAL	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA INTERMEDIARIO	INGRESO DE VENTA
1	18.988,18	11.598	1,64	15%	1,88	21.836,41
2	20.216,78	11.598	1,74	15%	2,00	23.249,30
3	21.552,78	11.598	1,86	20%	2,23	25.863,34
4	22.999,83	11.598	1,98	20%	2,38	27.599,79
5	24.579,56	11.598	2,12	20%	2,54	29.495,47

Fuente: Cuadros N° 63 y 89.

Elaboración: Las Autoras

g.5.3.3. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En todo proyecto de inversión es necesario determinar como los costos incurren en el proceso productivo, para lo cual es necesario clasificar los costos fijos y costos variables.

COSTO FIJO: Son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTO VARIABLE: Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

COSTO TOTAL: Es igual a la suma del costo fijo y el costo variable.

**CUADRO N° 92
PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES**

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia Prima Directa		2.551,64		2.633,55		2.718,09		2.805,34		2.895,39
Mano de Obra directa	4.069,82		4.436,11		4.835,36		5.270,54		5.744,89	
Total costos de producción	4.069,82	2.551,64	4.436,11	2.633,55	4.835,36	2.718,09	5.270,54	2.805,34	5.744,89	2.895,39
GASTOS GE. DE FABRICACIÓN										
Materia Prima Indirecta		347,95		359,12		370,65		382,55		394,83
Activos Diferidos	205,00		205,00		205,00		205,00		205,00	
Dep. de maq. y equipo	53,55		53,55		53,55		53,55		53,55	
Dep de herramientas	9,16		9,16		9,16		9,16		9,16	
Dep de equipo de oficina	13,50		13,50		13,50		13,50		13,50	
Dep. de equipo de comp.	143,34		143,34		143,34		137,62		137,62	
Dep. de vehículo de fabricación	320,00		320,00		320,00		320,00		320,00	
Servicios Básicos		267,12		275,69		284,54		293,68		303,11
Combustible y Lubricantes		444,00		458,25		472,96		488,14		503,81
Indumentaria de personal		18,40		18,99		19,60		20,23		20,88
Total gastos de fabricación	744,55	1.077,47	744,55	1.112,06	744,55	1.147,76	738,83	1.184,60	738,83	1.222,62
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos	4.468,76		4.870,95		5.309,34		5.787,18		6.308,03	
Suministro de Oficina	35,65		36,79		37,98		39,19		40,45	
Arriendo	600,00		619,26		639,14		659,65		680,83	
Servicios Básicos	114,48		118,15		121,95		125,86		129,90	
Útiles de aseo	26,50		27,35		28,23		29,13		30,07	
Total gastos administración	5.245,39		5.672,51		6.136,63		6.641,02		7.189,28	
GASTOS DE VENTA										
Sueldo personal de ventas	4.069,82		4.436,11		4.835,36		5.270,54		5.744,89	
Publicidad	142,00		148,26		154,81		161,64		168,77	
Combustible y Lubricante		444,00		458,25		472,96		488,14		503,81
Dep. de Vehículo de ventas	320,00		320,00		320,00		320,00		320,00	
Total gastos de venta	4.531,82	444,00	4.904,37	458,25	5.310,16	472,96	5.752,18	488,14	6.233,66	503,81
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del Préstamo	323,48		255,38		187,28		119,18		51,08	
Total gastos financieros	323,48		255,38		187,28		119,18		51,08	
SUBTOTAL	14.915,07	4.073,11	16.012,92	4.203,86	17.213,98	4.338,80	18.521,75	4.478,08	19.957,73	4.621,83
TOTAL COSTOS TOTALES	18.988,18		20.216,78		21.552,78		22.999,83		24.579,56	

Fuente: Cuadro N° 89.
Elaboración: Las Autoras

g.5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este método nos permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta indispensable para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto de producción en lo que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- a.** Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- b.** Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- c.** Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático y de forma gráfica.

CUADRO N° 93
PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS	VENTAS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
1	21.836,41	14.915,07	4.073,11	18.988,18
2	23.249,30	16.012,92	4.203,86	20.216,78
3	25.863,34	17.213,98	4.338,80	21.552,78
4	27.599,79	18.521,75	4.478,08	22.999,83
5	29.495,47	19.957,73	4.621,83	24.579,56

Fuente: Cuadro N° 91.

Elaboración: Las Autoras

PRIMER AÑO

✚ En función de la Capacidad Instalada

$$PE_{CI} = \left(\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{14.915,07}{21.836,41 - 4.073,11} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = 83,97\%$$

✚ **En función de las Ventas**

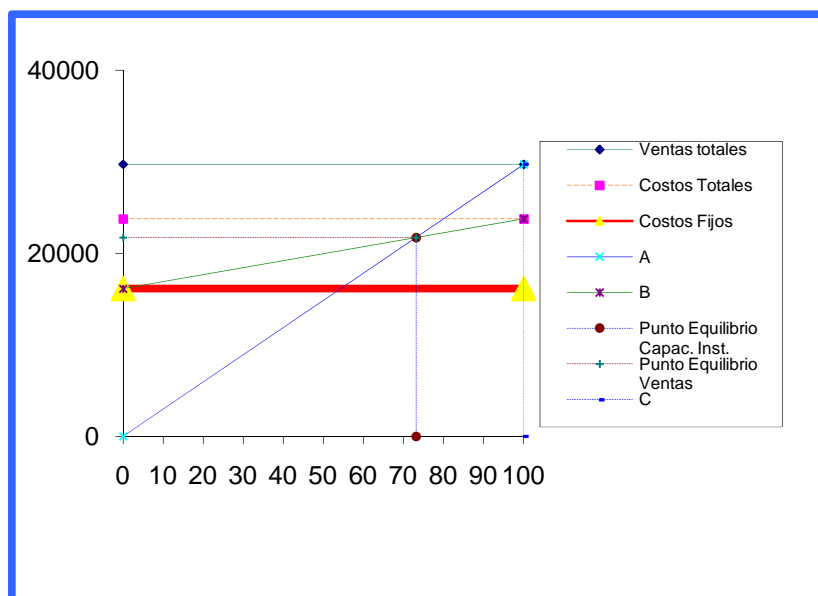
$$PE_v = \frac{\text{Costos Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE_v = \frac{14.915,07}{1 - \frac{4.073,11}{21.836,4}}$$

$$PE_v = 18.335,097$$

GRÁFICO N° 67

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO



QUINTO AÑO

✚ En función de la Capacidad Instalada

$$PE_{CI} = \left(\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{19.957,73}{29.495,47 - 4.621,83} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = 80,24\%$$

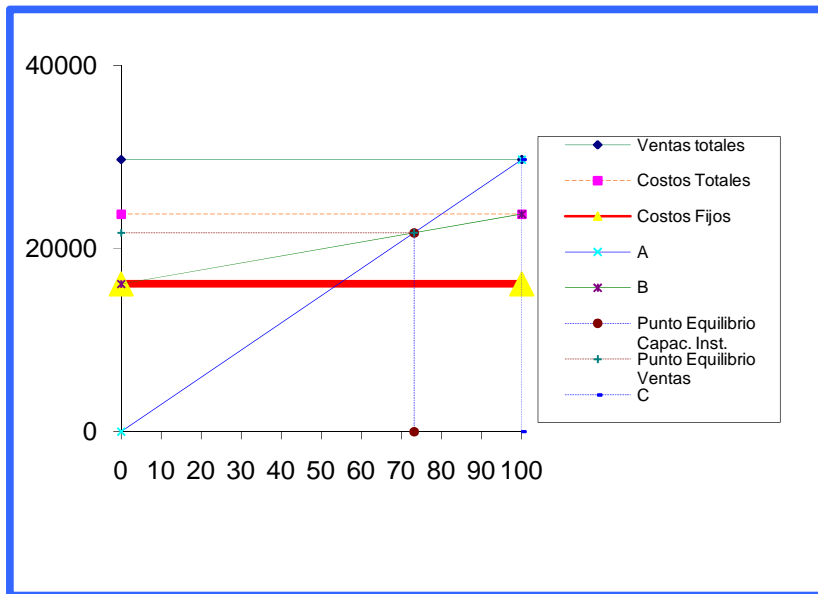
✚ En función de las Ventas

$$PE_V = \frac{\text{Costos Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE_V = \frac{19.957,73}{1 - \frac{4.621,83}{29.495,47}}$$

$$PE_V = 23.666,12$$

GRÁFICO N° 68
PUNTO DE EQUILIBRIO QUINTO AÑO



g.5.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Llamado también Estado de Resultados, es uno de los Estados Financieros básicos que nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un periodo económico y como se ha producido, estos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permiten conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro; está formado por:

INGRESOS: Están formados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS: Se forma por la sumatoria de los Costos de Producción, Gastos de Fabricación, Gastos Administrativos, Gastos de Ventas y Gastos Financieros.

CUADRO N° 94
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	21.836,41	23.249,30	25.863,34	27.599,79	29.495,47
(-) Costos Fijos	14.915,07	16.012,92	17.213,98	18.521,75	19.957,73
(-) Costos Variables	4.073,11	4.203,86	4.338,80	4.478,08	4.621,83
UTILIDAD NETA	2.848,23	3.032,52	4.310,56	4.599,97	4.915,91
(-)15%De distribución Utilidad	427,23	454,88	646,58	689,99	737,39
UTILIDAD ANTES DE IMP.	2.420,99	2.577,64	3.663,97	3.909,97	4.178,52
(-)25%Impuesto a la Renta	605,25	644,41	915,99	977,49	1.044,63
UTIL. ANTES DE RES. LEGAL	1.815,74	1.933,23	2.747,98	2.932,48	3.133,89
(-) 10% De Reserva Legal	181,57	193,32	274,80	293,25	313,39
UTILIDAD LÍQUIDA	<u>1.634,17</u>	<u>1.739,91</u>	<u>2.473,18</u>	<u>2.639,23</u>	<u>2.820,50</u>

Fuente: Cuadros N° 92 y 93.

Elaboración: Las Autoras

g.5.6. FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto. La información clave para esta proyección esta en el cálculo de los beneficios esperados, los estudios de mercado y técnico, en los cuales se realizan la asignación de los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada área así como se cuantifica los costos que ello demanda. El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro siguiente en el que se comparan los ingresos con los egresos:

CUADRO N° 95
FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas Totales		21.836,41	23.249,30	25.863,34	27.599,79	29.495,47
Valor Salvamento				206,40		1.635,92
Crédito	3.000,00					
Capital Propio	6.305,94					
Total Ingresos	9.305,94	21.836,41	23.249,30	26.069,74	27.599,79	31.131,39
EGRESOS						
Activo Fijo	6.274,06					
Activo Diferido	1025,00					
Activo Circulante	2.006,88					
Gastos de Producción		6.621,47	7.069,66	7.553,44	8.075,88	8.640,28
Gastos de Fabricación		1.822,02	1.856,61	1.892,31	1.923,43	1.961,46
Gastos Administrat.		5.245,39	5.672,51	6.136,63	6.641,02	7.189,28
Gastos de Ventas		4.975,82	5.362,63	5.783,13	6.240,32	6.737,47
Gastos Financieros		323,48	255,38	187,28	119,18	51,08
Reinversión					619,26	
15% de Rep.de Util.			427,23	454,88	646,58	689,99
Amort. Capital Finan.		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
25% de Imp. Renta			605,25	644,41	915,99	977,49
Total Egresos	9.305,94	19.588,18	21.849,26	23.252,07	25.781,66	26.847,04
Flujo Neto de Caja		2.248,23	1.400,03	2.817,67	1.818,13	4.284,34
Depreciaciones		902,39	902,39	902,39	902,39	902,39
Amort. de diferidos		205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
FLUJO DE CAJA	0,00	3.355,62	2.507,43	3.925,06	2.925,52	5.391,73

Fuente: Cuadros N° 72, 88, 89, 90, 93 y 94.

Elaboración: Las Autoras

g.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

Esta evaluación busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Esta evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de ingresos y egresos formulados con precios de mercado sobre la cual se puede aplicar factores de corrección para contrarrestar la inflación se fundamenta en los criterios más utilizados: Valor Actual Neto, Periodo de Recuperación del Capital, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio/Costo y Análisis de Sensibilidad.

g.6.1. VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto, representa los valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, el valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto mas sus costos de oportunidad, es decir es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

CUADRO N° 96

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR ACTUALIZADO
		5,89%	
0	9.305,94		
1	3.355,62	0,944382	3.168,99
2	2.507,43	0,891857	2.236,27
3	3.925,06	0,842254	3.305,90
4	2.925,52	0,795409	2.326,99
5	5.391,73	0,751170	4.050,11
TOTAL			15.088,24

Fuente: Cuadro N° 95.

Elaboración: Las Autoras

$$VAN = \text{Flujo de Caja} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 15.088,24 - 9.305,94$$

$$VAN = 5.782,30$$

g.6.2. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

CUADRO N° 97
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	
		FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	9.305,94		
1		3.355,62	3.355,62
2		2.507,43	5.863,05
3		3.925,06	9.788,11
4		2.925,52	12.713,63
5		5.391,73	18.105,36

Fuente: Cuadro N° 95.

Elaboración: Las Autoras

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{9.305,94 - 9.788,11}{3.925,06}$$

PRC = 2: El capital se recuperará en 2 años, 11 meses y 17 días.

g.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

CUADRO N° 98

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		24,50%		25,00%	
0	9.305,94		9.305,94		9.305,94
1	3.355,62	0,803213	2.695,28	0,800000	2.684,50
2	2.507,43	0,645151	1.617,67	0,640000	1.604,75
3	3.925,06	0,518193	2.033,94	0,512000	2.009,63
4	2.925,52	0,416220	1.217,66	0,409600	1.198,29
5	5.391,73	0,334313	1.802,53	0,327680	1.766,76
		TOTAL	9367,07	TOTAL	9.263,94
		VAN +	61,13	VAN -	-42,00

Fuente: Cuadro N° 95.

Elaboración: Las Autoras

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 30 + 0,50 \left(\frac{61,13}{61,13 - (-42,00)} \right)$$

$$TIR = 24,80\%$$

g.6.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

CUADRO N° 99

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		5,89%			5,89%	
1	18.988,18	0,944382	17.932,10	21.836,41	0,944382	20.621,91
2	20.216,78	0,891857	18.030,48	23.249,30	0,891857	20.735,05
3	21.552,78	0,842254	18.152,91	25.863,34	0,842254	21.783,49
4	22.999,83	0,795409	18.294,27	27.599,79	0,795409	21.953,13
5	24.579,56	0,751170	18.463,42	29.495,47	0,751170	22.156,11
			90.873,18			107.249,68

Fuente: Cuadro N° 93.

Elaboración: Las Autoras

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \frac{107.249,68}{90.873,18}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = 1,18$$

La relación beneficio costo es mayor que uno (1,18) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido se ganará 0,18 centavos de dólar de utilidad.

g.6.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, ya que requiere realizar las estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto estos son los ingresos y los costos, las variaciones mas sensibles a un incremento o disminución de los precios.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se esperaba en el futuro.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

FÓRMULAS:

$$DIFERENCIA DE TIR = TIR \text{ del proyecto} - Nueva TIR$$

$$\% DE VARIACIÓN = \frac{Diferencia de TIR}{TIR \text{ del proyecto}} * 100$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{\% de Variación}{Nueva TIR}$$

CUADRO N° 100

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DE 2,98%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NUEVO	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR MENOR	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR MAYOR
		2,98%			19,50%		20,00%	
						9.305,94		9.305,94
1	18.988,18	19.554,03	21.836,41	2.282,38	0,83682	1.909,94	0,83333	1901,98
2	20.216,78	20.819,24	23.249,30	2.430,06	0,70027	1.701,69	0,69444	1687,54
3	21.552,78	22.195,05	25.863,34	3.668,28	0,58600	2.149,61	0,57870	2122,85
4	22.999,83	23.685,22	27.599,79	3.914,57	0,49038	1.919,61	0,48225	1887,81
5	24.579,56	25.312,03	29.495,47	4.183,44	0,41036	1.716,70	0,40188	1681,23
					TOTAL	9397,55	TOTAL	9281,42
					VAN +	91,61	VAN -	(24,52)

Fuente: CuadroN° 93.

Elaboración: Las Autoras

$$IR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 19,50 + 0,50 \left(\frac{91,61}{91,61 - (-24,52)} \right)$$

$$NTIR = 19,89\%$$

$$DIFERENCIA\ DE\ TIR = TIR\ del\ proyecto - Nueva\ TIR$$

$$DIFERENCIA\ DE\ TIR = 24,80 - 19,89$$

$$DIFERENCIA\ DE\ TIR = 4,90$$

$$\% DE\ VARIACIÓN = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ del\ proyecto} * 100$$

$$\% DE\ VARIACIÓN = \frac{9,90}{24,80} * 100$$

$$\% DE\ VARIACIÓN = 19,77$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{\% de\ Variación}{Nueva\ TIR}$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{19,77}{19,89}$$

$$SENSIBILIDAD = \mathbf{0,9936890}$$

El análisis de sensibilidad con un incremento en los costos de 2,98% es igual a **0,9936890** que es menor a 1, lo que quiere decir que nuestro proyecto no es sensible a tal aumento.

CUADRO N° 101

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS DE 2,54%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NUEVO	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR MENOR	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR MAYOR
					2,54%		19,50%	
						9.305,94		9.305,94
1	18.988,18	21.836,41	21281,77	2.293,58	0,836820	1.919,32	0,833333	1.911,32
2	20.216,78	23.249,30	22658,77	2.441,99	0,700268	1.710,04	0,694444	1.695,82
3	21.552,78	25.863,34	25206,41	3.653,63	0,585998	2.141,02	0,578704	2.114,37
4	22.999,83	27.599,79	26898,76	3.898,93	0,490375	1.911,94	0,482253	1.880,27
5	24.579,56	29.495,47	28746,28	4.166,73	0,410356	1.709,84	0,401878	1.674,51
					TOTAL	9.392,16	TOTAL	9276,29
					VAN +	86,22	VAN -	(29,65)

Fuente: Cuadro N° 93.

Elaboración: Las Autoras

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

$$NTIR = 19,50 + 0,50 \left(\frac{86,22}{86,22 - (-29,65)} \right)$$

$$NTIR = 19,87\%$$

DIFERENCIA DE TIR = TIR del proyecto – Nueva TIR

$$DIFERENCIA DE TIR = 24,80 - 19,87$$

$$DIFERENCIA DE TIR = 4,92$$

$$\% DE VARIACIÓN = \frac{Diferencia de TIR}{TIR del proyecto} * 100$$

$$\% DE VARIACIÓN = \frac{4,92}{24,80} * 100$$

$$\% DE VARIACIÓN = 19,86$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{\% de Variación}{Nueva TIR}$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{19,86}{19,87}$$

$$SENSIBILIDAD = \mathbf{0,9993413}$$

El análisis de sensibilidad con una disminución en los ingresos de 2,54% es igual a **0,9993413** que es menor a 1, lo que significa que nuestro proyecto no es sensible a tal aumento.

Conclusiones

h. CONCLUSIONES

Luego de haber concluido el presente trabajo, nos permitimos poner a consideración las siguientes conclusiones:

- ✚ En el cantón y provincia de Zamora Chinchipe, no existe una empresa que se dedique a la producción de Harina de Plátano, siendo una zona agrícola y teniendo un mercado sin explorar.

- ✚ De acuerdo al estudio de mercado el 63,46% de las familias afirman que si consumirían Harina de Plátano, por lo que es importante para nuestro proyecto.

- ✚ La inversión inicial para el presente proyecto es de \$9.305,94 dólares; estará financiada con capital propio que será aportado por los socios de la empresa en partes iguales con una cantidad de \$6.305,94 y con un préstamo que será obtenido en el Banco Nacional de Fomento de \$3.000 con un interés del 11,35%.

- ✚ En la ingeniería del proyecto, determinamos que para la elaboración del producto, tiene una capacidad instalada de 11.598 libras de Harina anualmente.

✚ La empresa está constituida como Compañía Limitada (CIA. Ltda.); y, está conformada por el siguiente personal: Junta General de Socios, Gerente, Asesor Jurídico (temporal), Contadora (temporal), Secretaría, Vendedor y Obrero.

✚ El resultado de los indicadores financieros son favorables basándose en los siguientes parámetros:

- El VAN para el presente proyecto es de \$5.782,30; es decir es positivo.
- El tiempo para recuperar la inversión, según los cálculos es: 2 años, 11 meses y 17 días.
- La TIR es de 24,80%, es mayor a la tasa de oportunidad de capital.
- La Relación Beneficio-Costo es de: \$1,18 dólares.
- El proyecto no es sensible si se disminuyen los ingresos hasta un 2,54%; y si se aumentan los costos hasta el 2,98%.

Recomendaciones

i. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que amerita el presente proyecto son las siguientes:

- Se recomienda a los sectores con posibilidad de inversión considerar el presente proyecto por las expectativas favorables que ofrecen en términos de mercado y rentabilidad.

- La implementación de este proyecto es recomendable para los habitantes del cantón desde el punto de vista de la salud y condiciones alimenticias de la población en virtud de las características higiénicas del producto.

- Que la presente investigación sea utilizada como fuente de investigación para los estudiantes de modo que en futuros trabajos se actualicen y amplíen información relacionada con el tema.

Bibliografija

j. BIBLIOGRAFÍA

- Aricapa, O. Bustamante. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, CORPOICA, Apartado Aéreo 1287, Colombia.
- BACA Gabriel, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, Editorial McGraw Hill, México 1997.
- BRAVO, Valdivieso, Mercedes, Contabilidad General, sexta edición, Editora NUEVODIA, Quito-Ecuador, 2005.
- Cámara de la Pequeña Industria de Guayas, División de Proyectos, Septiembre 2003.
- CHAMPION, Jean: INGENIERÍA DE AGRONOMÍA TROPICAL. El Plátano. Editorial Blume, 2007.
- CHARLEY, Helen: Tecnología de Alimentos. Editorial Limusa S.A México, 1995.
- COHEN, E., Evaluación de Proyectos Sociales, Siglo Veintiuno. México, 1992.
- COLOMA, F., Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia, 1991.

- CÓRDOVA PADILA, Marcial; Inversión, Primera Edición, 2006.
- DÍAZ FJ, RIVERA JM y DURÁN LF. 2007. Como proteger de las plagas del suelo los cormos-semillas de plátano y banano. Departamento de Protección Vegetal, FHIA. La Lima, Cortés, Honduras. 18 p,2008.
- ECORAE, articulo, página 33, 1996.
- FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA, Ecuador y su Realidad, paginas 187-190, 2009-2010.
- GRISALES L., Francisco, Producción de plátano Dominico Hartón según el material de siembra. Avances Técnicos. No. 258. Cenicafé. Programa de Investigación Científica.4 p, 1998.
- INEC-MAG-SICA. III Censo Nacional Agropecuario, volumen 1, publicados junio 2002.
- LAPRADE S. y PÉREZ, Evaluación de diferentes métodos de propagación en Plátano “Curare” (Musa AAB), 1995.
- PASACA MORA, Manuel Enrique, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Loja-Ecuador 2004.
- PRATS, P. & DIAZ, A: Optimización y control del proceso de fritura. Alimentación, equipos y tecnología. Revista técnica de la Industria Alimentaria. Año XV. Número 3.Abril 1996.

- PROGRAMA DE PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS, Documentos de trabajo elaborados por Mónica Oliva y Roaldo Hilario, 1996.
- PROYECTO DE INVERSION PARA LAS PYMES, Creación de empresas por Juan Antonio Flores Uribe, 2006..
- QUIRÓS, Rodolfo, Financiamiento de las Cadenas Agrícolas de Valor, Mayo 2006.
- ROSALES FE, ÁLVAREZ JM y VARGAS A., Guía práctica para la producción de plátano con altas densidades. Experiencias de América Latina y El Caribe (FE Rosales, ed.). Bioversity International, Montpellier, Francia. 24 p, 2008.
- ZAPATA, Sánchez, Pedro, Contabilidad General, cuarta edición, 2003.

Aneiros

k. ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA.

Plan de Negocios para el aprovechamiento de la Cadena Agrícola del Plátano en el Cantón El Pangui, Provincia de Zamora Chinchipe.

PROBLEMA.

En los últimos años la agricultura mundial ha evolucionado, hacia modelos más eficientes y sostenibles, en términos ambientales y económicos, donde adquiere cada vez mayor importancia la calidad dentro de los sistemas de producción. En este contexto surgen las “Buenas Prácticas Agrícolas”, que son un conjunto de prácticas que buscan garantizar la seguridad de los productos agrícolas, la protección del medio ambiente, la seguridad y bienestar de los trabajadores, y la sanidad agropecuaria, con el fin de mejorar los métodos convencionales de producción y reducir el uso de agroquímicos.

En la actualidad son varios los problemas que afectan el desarrollo y éxito de las empresas, así mismo el desarrollo económico y social de los países, ya que la falta de proyectos de inversión no están surgiendo. La creación de nuevas unidades productivas ha sido bastante reducida, debido a distintos factores socioeconómicos de los países. Hoy en día el fomento para la creación de nuevas empresas es indispensable, ya sea pequeña, mediana o grande, ya que estas contribuyen de manera significativa en el desarrollo social y económico.

En efecto el mundo no está constituido por países de igual nivel político, social, económico, tecnológico, productivo, peor ecológico, sino mas bien que existe un mundo desarrollado y otros países en vías de desarrollo.

Gracias a la globalización, es posible beneficiarse de mercados cada vez más amplios en todo el mundo y tener mayor acceso a los flujos de capital y tecnología, así mismo beneficiarse de importaciones más baratas y mercados de exportación más amplios. Los países deben estar dispuestos a adoptar las políticas necesarias y, en el caso de los países más pobres, posiblemente necesiten el respaldo de la comunidad internacional. La globalización nos ofrece oportunidades de alcanzar un mejor desarrollo a nivel mundial, pero no se está aplicando de manera equitativa.

Algunos países se están integrando a la economía mundial con mayor rapidez que otros. En los países que han logrado integrarse, el crecimiento económico es más rápido y la pobreza disminuye. De la misma manera, a medida que mejoraron las condiciones de vida permite avanzar en el proceso político y económico consiguiendo de esta manera preservar el medio ambiente y unas mejores condiciones de trabajo.

Con esta crisis económica que actualmente está afectando a todos los países, los mercados financieros están perdiendo valor y sus inversiones están reduciéndose y necesitan del apoyo de los gobernantes. Es así que se da un gran problema para la creación de nuevas unidades productivas, será necesario y primordial analizar y diseñar proyectos que sean viables y que permitan mejorar la economía de las naciones.

El Ecuador es un país de gran riqueza en recursos naturales y porque no decir en el talento humano. Pero hace falta el apoyo de los gobernantes en adoptar nuevas políticas para que permitan con facilidad generar nuevos proyectos de inversión, de esta manera incentivar a los emprendedores y empresarios tomar decisiones de implantar sus proyectos para que beneficien el desarrollo económico y social del país.

El desempleo impone un costo en la economía como un todo, debido a que se producen menos bienes y servicios. Cuando la economía no genera suficientes empleos para contratar a aquellos trabajadores que están dispuestos y en posibilidades de trabajar.

Adicionalmente el desempleo trae consigo una pérdida en el nivel de ingresos en los gobiernos, por cuanto deja de percibir impuestos que el trabajador y la empresa aportaba normalmente mientras desempeñaba éste su trabajo. A esto se suma los egresos que tiene que realizar la administración pública por concepto de subsidiar a los desempleados.

La poca capacidad de lograr incorporar mecanismos y elementos idóneos a los procesos productivos, tanto como realizarlos con conocimiento y estricto apego a procesos científicos, hoy nos tienen en el fracaso, que urge medidas apropiadas para reactivar tanto la parte productiva como agrícola del Ecuador.

En la región Sur del país y especialmente en la Provincia de Zamora existen recursos potenciales que deben ser aprovechados mediante la elaboración de proyectos, los cuales deben ser evaluados, priorizados y convertidos en oportunidades de inversión. Es por ello que se debe analizar con amplitud los recursos disponibles en el medio, las necesidades del mercado, el uso de tecnologías apropiadas y la viabilidad de dichos proyectos.

Si notamos con cuidado, la reacción económica social que se da, aunque en forma distinta en el mundo, termina por tener una gran incidencia en nuestra provincia y Cantón El Pangui. Pero hay otros temas que se suman, es que nuestra provincia es frontera con el vecino país de Perú lo que acarrea otras dificultades, que primero son vistos como geográficos por su influencia y que terminan convirtiéndose en problemas económicos y sociales; tenemos primero la influencia de una moneda extranjera que tiene ventajas con nuestra moneda oficial el dólar, los comerciantes peruanos no cancelan ningún tipo de aranceles al vender sus productos en nuestro territorio, la inseguridad tanto jurídica como ciudadana ha generado una condicionante a la hora de generar grandes inversiones en nuestra provincia.

Bajo este contexto consideramos apremiante la elaboración de un Plan de Negocios para el aprovechamiento de la Cadena Agrícola del Plátano en el Cantón El Pangui, por lo que asistimos de esta forma a intermediar en un problema que está señalado en el antecedente, contribuimos a mantener la iniciativa que es posible seguir cultivando la tierra, plantaciones que van de 1 a 2 hectáreas de cultivo, cuyo manejo es semitecnificado, basando su producción de fruta fresca para el abastecimiento del mercado, son cosechados cuidadosamente a mano después de la siembra entre los 10 a 12 meses, dándole un valor agregado a sus productos que se pueden extraer infinidad de derivados como: chifles salados, chifles dulces, tortillas de verde, empanadas, harina, almidón, etc. con respecto a la alimentación

humana, además puede ser aprovechado como suplemento alimenticio de animales (vacuno y porcino).

Vale mencionar que de los sondeos realizados pudimos darnos cuenta que existe una gran demanda de Harina de Plátano en el mercado local, siendo que en nuestro cantón tiene una gran cantidad de niños en desnutrición y las condiciones de proveer alimentos de gran cantidad alimenticia a la parte rural de la ciudad; presuponemos que nuestros principales demandantes serán las familias que tengan como fin mejorar la calidad de vida de los suyos, en especial de los niños.

OBJETIVOS.

Objetivo General:

Elaborar un Plan de Negocios para el aprovechamiento de la Cadena Agrícola del Plátano en el Cantón El Pangui, Provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos Específicos:

1. Realizar un análisis del sector agrícola, del cultivo y producción del plátano.

2. Realizar un estudio de mercados en el que se pueda identificar claramente las necesidades productivas, alimenticias y por ende la oferta y demanda de los productos derivados del plátano.
3. Establecer la ubicación técnica de la empresa de acuerdo a factores como la tierra, el transporte, disponibilidad de materia prima, y ubicación de los clientes, buscando siempre la disminución substancial de costos, y que a su vez contribuyan al desarrollo del sector agrícola.
4. Realizar un estudio técnico que determine las instalaciones, maquinaria y distribución de la planta, más adecuados.
5. Elaborar un estudio financiero, que permita determinar el presupuesto que se va a invertir y a su vez conocer la rentabilidad del proyecto.
6. Diseñar la estructura organizacional y administrativa para la creación de la empresa.

METODOLOGÍA.

Durante el proceso de la elaboración de nuestro proyecto de investigación; sin duda tendrá un estricto curso de cada una de las técnicas, métodos para congregarlas a una metodología idónea y capaz de responder sistemáticamente a las distintas interrogantes que nos hemos planteado en este proyecto.

MÉTODOS:

Inductivo.- Este método nos aprovisionará de la respectiva información acerca de las posibles causas o efectos que han ocasionado la falta de inversión o el aprovechamiento de los recursos naturales existentes. El cual irá acompañado de sus respectivas técnicas que más adelante las describiremos.

Descriptivo.- Se lo utiliza para describir la información existente en documentos, hechos o de los estudios de mercado que se van a realizar.

Deductivo.- Este otro método que complementará al trabajo investigativo, el mismo que nos facilitará conocer de manera analítica; conceptos, principios, problemáticas, de modo general permitiéndonos llegar a las particularidades de dichas problemáticas existentes.

TÉCNICAS:

En el transcurso del proceso a más de los métodos utilizaremos sus respectivas técnicas, las que confrontarán al desarrollo de la tesis objeto de estudio; tales como:

Revisión Bibliográfica.- Nos ayudará a recolectar información eficaz y eficiente de los términos que utilizaremos en el transcurso del proceso de la investigación, es más nos orientará en el trabajo a realizarse.

Observación.- La observación la empleamos en la primera vista realizada al Cantón El Pangui, para conocer su realidad y funcionamiento, y así relacionarnos directamente con el objeto de estudio.

Encuesta.- Sin duda la técnica de la encuesta juega un papel preponderante en el transcurso del proceso investigativo, ya que aportará datos fundamentales obtenidos y que se aplicaran tanto a los habitantes del Cantón El Pangui como a los productores de plátano del mismo sector.

Entrevista.- Con el afán de obtener información oral acudimos a realizar entrevistas personales, entre estas mencionamos a la Alcaldía, quienes nos brindarán información útil y verás para el desarrollo del presente estudio.

Muestreo.- Mediante este método nos permitirá determinar el numero de la población que será parte del proceso investigativo, la cual tomaremos como referencia de estudio las familias que contempla

según censo INEC 2001, 7.441 con una tasa de crecimiento del 1.90%, en el Cantón El Pangui, Provincia de Zamora Chinchipe.

CUADRO N° 101
POBLACIÓN PROYECTADA AL 2010

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN
2001	0.019	7441
2002	0.019	7582
2003	0.019	7726
2004	0.019	7873
2005	0.019	8023
2006	0.019	8175
2007	0.019	8331
2008	0.019	8489
2009	0.019	8650
2010	0.019	8815

Fuente: INEC

Elaboración: Las Autoras

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

n= tamaño de la muestra.

N= población 8815/4 integrantes por familia=**2204** familias.

e= margen de error, se va a aplicar el 5%.

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{2204}{1 + (0.05)^2 (2204)}$$

$$n = \frac{2204}{6.51}$$

$$n = 339 \text{ encuestas}$$

CUADRO N° 102

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL PROYECTADA AL 2010

PARROQUIAS	POBLACION	FAMILIAS	FRECUENCIA	N. DE ENCUESTAS
Pangui	5051	1263	57,30	194
Pachicutza	1509	377	17,11	58
Tundayme	532	133	6,03	21
Guisimi	1723	431	19,56	66
TOTAL	8815	2204	100,00	339

Fuente: INEC

Elaboración: Las Autoras

ANEXO N° 2

ENCUESTA A LOS PRODUCTORES

1. ¿SIEMBRA USTED PLÁTANO?

Si ()

No ()

2. ¿QUE TIPO DE PLÁTANO SIEMBRA USTED?

Normal ()

Barraganete ()

Maqueño ()

3. ¿QUE CANTIDAD DE TERRENO UTILIZA USTED PARA LA SIEMBRA DE PLÁTANO?

1/2 hectárea ()

1 hectárea ()

2 hectáreas ()

4. ¿QUÉ ASPECTOS TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE CLASIFICAR LA SEMILLA?

Tamaño ()

Peso ()

5. ¿CUÁNTOS COLINOS DE PLÁTANO UTILIZA USTED PARA LA SIEMBRA?

½ HECTÁREA	1 HECTÁREA	2 HECTÁREAS
100-200 ()	600-700 ()	1100-1200 ()
201-300 ()	701-800 ()	1201-1300 ()
301-400 ()	801-900 ()	1301-1400 ()
401-500 ()	901-1000 ()	1401-1500 ()

6. AL MOMENTO DE REALIZAR LOS HOYOS. ¿CUÁL ES LA DISTANCIA QUE DEJA ENTRE ELLOS?

1 - 2 m ()

2 - 3 m ()

3 - 4 m ()

7. AL MOMENTO DE REALIZAR EL TAMAÑO DEL HOYO PARA SEMBRAR EL COLINO. ¿CUÁL MEDIDA CREE QUE ES LA MÁS CONVENIENTE?

10 - 20 cm ()

21 - 30 cm ()

31 - 40 cm ()

41 - 50 cm ()

8. ¿CREE USTED QUE EXISTE UNA FECHA INDICADA PARA SEMBRAR PLÁTANO?

Si ()

No ()

9. SEGÚN SU PRODUCCIÓN.¿CUÁL ES LA DURACIÓN DEL CICLO PRODUCTIVO PARA LA COSECHA DEL PLÁTANO?

8-10 meses ()

11-13 meses ()

14 en adelante ()

10. ¿QUÉ CANTIDAD VENDE USTED MENSUALMENTE DE PLÁTANO?

1-10 racimos ()

11-20 racimos ()

21-30 racimos ()

31-40 racimos ()

11. ¿A QUÉ PRECIO VENDE CADA RACIMO DE PLÁTANO?

\$1,00-\$2,00 ()

\$2,10-\$3,00 ()

\$3,10-\$4,00 ()

\$4,10-\$5,00 ()

12. ¿A QUÉ LUGARES USTED VENDE EL PLÁTANO?

Tiendas ()

Restaurantes ()

Supermercados ()

Familias ()

Negociantes ()

Ferías Libre ()

13. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A DAR UN VALOR AGREGADO AL PRODUCTO QUE USTED SIEMBRA?

Si ()

No ()

14. ¿CONSIDERA IMPORTANTE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE PLÁTANO (HARINA) EN LA LOCALIDAD?

Si ()

No ()

15. DE INSTALARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DE PLÁTANO (HARINA). ¿ESTARÍA DISPUESTO A VENDERLO?

Si ()

No ()

ANEXO N° 3

ENCUESTA A LOS INTERMEDIARIOS

1. ¿CONOCE USTED LA EXISTENCIA DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE ALGUN DERIVADO DEL PLÁTANO EN LA LOCALIDAD?

Si ()
No ()

2. ¿VENDE USTED ALGUN DERIVADO DE PLATANO?

Si ()
No ()

3. ¿QUÉ PRODUCTO DERIVADOS DEL PLÁTANO TIENE MAYOR DEMANDA EN SU LOCAL COMERCIAL?

Harina ()
Chifle ()
Empanadas ()
Bolones ()

4. ¿CUÁNTAS LIBRAS DE HARINA DE PLÁTANO VENDE USTED SEMANALMENTE EN SU NEGOCIO?

1 - 8 lbs. ()
9 - 16 lbs. ()
17 - 24 lbs. ()
25 - 32 lbs. ()

5. ¿A QUÉ VALOR VENDE EL PRODUCTO DERIVADO DEL PLÁTANO?

\$0,45 - \$0,75 ()
\$0,76 - \$1,05 ()
\$1,06 - \$1,35 ()
\$1,36 - \$1,65 ()

6. ¿EN DÓNDE ADQUIERE USTED EL DERIVADO DEL PLÁTANO?

- Fabrica ()
- Distribuidores ()
- Productores ()

7. ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA USTED PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE SU NEGOCIO?

- Radio ()
- Televisión ()
- Ninguno ()

8. ¿EN CASO DE CREARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DE PLATANO (HARINA), COMPRARIA USTED NUESTRO PRODUCTO?

- Si ()
- No ()

ANEXO N° 4

ENCUESTA A LAS FAMILIAS

1. ¿INDIQUE EL NIVEL DE INGRESOS MENSUALES EN SU FAMILIA?

- \$240 - \$340 ()
- \$341 - \$440 ()
- \$441 - \$540 ()
- \$541 a mas ()

2. ¿CONSUME USTED PLÁTANO?(SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA PASE A LA PREGUNTA NUMERO 8).

- Si ()
- No ()

3. ¿QUE PRODUCTO DERIVADOS DEL PLÁTANO CONSUME USTED CON MAYOR FRECUENCIA Y CUANTO PAGA POR ELLOS?

- Harina ()
- Chifle ()
- Empanadas ()
- Bolones ()

4. ¿LA CALIDAD DE LOS DERIVADOS DE PLÁTANO, QUE USTED CONSUME ES?

- Buena ()
- Mala ()
- Regular ()

5. ¿QUÉ CUALIDADES ELIGE USTED AL MOMENTO DE ADQUIRIR UN PRODUCTO DERIVADO DEL PLÁTANO (HARINA)?

- Precio ()
Sabor ()
Marca ()
Calidad ()
Presentación ()

6. ¿EN DÓNDE ADQUIERE USTED LOS PRODUCTOS CON MAYOR FRECUENCIA?

- Tiendas ()
Mercados ()
Ferias libres ()
Supermercados ()

7. ¿ES DIFÍCIL ENCONTRAR LOS PRODUCTOS DERIVADOS DEL PLÁTANO EN EL MERCADO?

- Si ()
No ()

8. ¿EN CASO DE CREARSE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DEL PLÁTANO (HARINA, CHIFLE, EMPANADAS Y BOLONES) COMPRARÍA USTED NUESTROS PRODUCTOS?

- Si ()
No ()

9. ¿QUÉ TIPO DE EMPAQUE LE GUSTARÍA QUE TUVIERA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO?

- Fundas plásticas con etiqueta ()
Fundas de cartón ()

10. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SIGUIENTE PRODUCTO?

\$0,76 - \$1,25 ()

\$1,26 - \$1,55 ()

\$1,56 - \$1,85 ()

\$1,86 - \$2,15 ()

11. ¿QUÉ CANTIDAD CONSUMIRÍA USTED SEMANALMENTE DEL SIGUIENTE PRODUCTO?

1 - 3 lbs. ()

4 - 6 lbs. ()

7 - 9 lbs. ()

10 - 12 lbs. ()

12. ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON DE SU ELECCIÓN PARA CONOCER LA EXISTENCIA DEL NUEVO PRODUCTO?

Radio ()

Hojas Volantes ()

Televisión ()

13. ¿A CÚAL DE LAS EMISORAS USTED ACCEDE CON MAYOR FRECUENCIA Y EN QUE LUGARES LE GUSTARÍA QUE SE ENTREGUEN LAS HOJAS VOLANTES?

Sentimientos ()

Integración ()

Romántica ()

Indice

1. INDICE.

▪ Certificación.....	ii
▪ Autoría.....	iii
▪ Agradecimiento.....	iv
▪ Dedicatoria.....	v
a. Título.....	2
b. Resumen en castellano e ingles.....	4-9
c. Introducción.....	11-14
d. Revisión de Literatura.....	16- 55
e. Materiales y Métodos.....	57- 62
f. Resultados.....	64- 112
g. Discusión.....	114-211
h. Conclusiones.....	213-214
i. Recomendaciones.....	216
j. Bibliografía.....	218 - 220
k. Anexos.....	222- 241
l. Índice.....	243