



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TÍTULO

**“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE HARINA DE MAÍZ A UBICARSE EN EL CANTÓN
PORTOVIEJO”.**

AUTOR:

OCHOA FIGUEROA LEONEL ISAIAS


TUTOR:

LCDO. ANTONIO MENDOZA BRIONES, DR. PHD

**Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas**

MANTA – MANABI – ECUADOR

2019 – 2020

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CODIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 1
	Página 1 de 1	

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de emprendimiento, cuyo tema es **“Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a el señor **Ochoa Figueroa Leonel Isaías** estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial, periodo académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 14 de Agosto del 2019.

Lo certifico,

Lcdo. Antonio Mendoza Briones, Dr. PhD

TUTOR DE TITULACIÓN

AUTORÍA

La argumentación, los conceptos desarrollados, análisis e interpretaciones realizadas, conclusiones y recomendaciones, y el sustento del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Autorizo a la Universidad Laica “ELOY ALFARO” de Manabí hacer uso del presente únicamente para fines académicos.

Manta, Agosto 14 de 2019.

Ochoa Figueroa Leonel Isaias

Autor.

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la Facultad de Ciencias Administrativas en la carrera Administración de Empresas de la Universidad Laica "ELOY ALFARO" de Manabí

Firmas

Calderón Zamora Oscar Xavier, Econ.

Presidente del Tribunal.

Ricardo Orley Zambrano Suarez, Ing.

Miembro del Tribunal.

Flor Maria Arteaga Ureta, Ing.

Miembro del Tribunal.

Amado Antonio Mendoza Briones, Lcdo. Dr. Phd

Docente Tutor.

Manta, 03 de septiembre de 2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo académico a mi padre, mi madre y mis hermanos ya que son las personas que siempre me motivaron a la culminación de mi carrera para convertirme en un gran profesional.

También quiero mencionar a mis amigos y compañeros ya que de alguna forma me sentí motivado por ellos para terminar esta carrera.

Ochoa Figueroa Leonel Isaias

RECONOCIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme vivir y tener salud para llegar hasta donde estoy.

Agradezco a mi papá por todo el apoyo incondicional que me brindo cuando estaba entre nosotros y siempre le seguiré agradecido por ser mi motivación día a día para cumplir todas mis metas.

Agradezco a mi madre por darme la vida y el apoyo necesario, a mis hermanos por motivarme, a mis compañeros y amigos por ser una fuerza de apoyo que me incentiva a convertirme en un profesional.

Agradezco a mis docentes por el conocimiento que me impartieron y el necesario para realizar este trabajo de titulación.

Ochoa Figueroa Leonel Isaías

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRAFICOS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I	18
1. DISEÑO TEÓRICO	18
Tema.....	18
1.1. Planteamiento del Problema	18
1.1.1 Formulación del Problema.....	21
1.2. Formulación de Objetivos	21
1.2.1 Objetivo General.....	21
1.2.2 Objetivos Específicos.	21
1.3. Justificación del proyecto.....	21
1.3.1 justificación teórica.	21
1.3.2 Justificación práctica.....	22
1.3.3 Justificación metodológica.....	22
1.4. Delimitación del proyecto.....	22
1.4.1 Delimitación geográfica.	23
1.4.2 Delimitación temporal.	23
1.4.3 Delimitación social (beneficiarios).....	23
CAPITULO II	25
2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	25

2.1. Nombre de la empresa	25
2.2. Visión	25
2.3. Misión	25
2.4. Valores empresariales	25
2.4.1 Políticas empresariales.....	26
2.5. Análisis interno y externo del Proyecto	26
CAPITULO III	27
3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA	27
3.1. Segmento del Mercado	27
3.1.1 Análisis e interpretación de encuestas.	29
3.1.2 Cálculo del consumo de harina de maíz anual.	40
3.2. Estudio de las variables del Marketing Mix	41
3.2.1 Producto.	41
3.2.2 Precio.	41
3.2.3 Plaza.....	42
3.2.4 Promoción.	42
3.3. Análisis competitivo	43
3.3.1 Amenaza de nuevos competidores.....	43
3.3.2 Amenaza de productos sustitutos o similares.....	44
3.3.3 Rivalidad entre competidores actuales.	44
3.3.4 Poder de negociación con los proveedores.....	45
3.3.5 Poder de negociación con los compradores.....	45
3.4. Descripción del producto	46
3.4.1 Características del producto.	46
3.5. Análisis comparativos con productos similares.....	48

CAPITULO IV.....	51
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	51
4.1. Tamaño del proyecto	51
4.1.1 Capacidad Nominal.	51
4.1.2 Capacidad Teórica.....	52
4.2. Localización del proyecto.....	52
4.2.1 Maco localización.	53
4.2.2 Micro localización.	54
4.3. Análisis del producto.....	56
4.4. Proceso Productivo.....	60
4.5. Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	62
4.6. Diagrama de procesos	63
4.5.1 Descripción del diagrama de procesos.....	63
4.7. Descripción de la planta.....	66
4.8. Listado de los proveedores.....	67
CAPITULO V.....	68
4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	68
4.1. Organigrama estructural y funcional	68
4.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	69
4.3. Previsión de Talento Humano.....	74
CAPITULO VI.....	75
5. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO.....	75
5.1. Marco legal	75
5.2. Requisitos para su legitimidad	77
CAPITULO VII.....	81

6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	81
6.1. Costo unitario de producción	81
6.2. Estructura de costos y gastos	82
6.3. Proyección de ventas.....	84
6.4. Plan de Inversión	85
6.5. Líneas de financiamiento	86
6.6. Estado de resultados proyectados (5 años).....	87
6.7. Flujo de caja proyectado (5 años).....	88
6.8. Estado de situación financiera proyectado (5 años)	89
CAPITULO VIII.....	91
7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	91
7.1. VAN / TIR.....	91
7.2. Relación beneficio/costo (RBC)	92
7.3. Razones financieras	94
7.3.1 Liquidez.	94
7.3.2 Endeudamiento.....	94
7.3.3 Rentabilidad.....	95
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	101

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz FODA.....	26
Cuadro 2: Características del producto.....	46
Cuadro 3: Principales Competidores.....	48
Cuadro 4: Posición competitiva.....	50
Cuadro 5: Variables de afectación	51
Cuadro 6: Lista de proveedores	67
Cuadro 7: Descripción de responsabilidades	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la muestra	28
Tabla 2: Género.....	29
Tabla 3: Edad	30
Tabla 4: Miembros por familia	31
Tabla 5: Consumo de harina.....	32
Tabla 6: Tipo de harina.....	33
Tabla 7: Frecuencia de consumo	34
Tabla 8: Lugar de Adquisición	35
Tabla 9: Cantidad de consumo.....	36
Tabla 10: Razones de consumo	37
Tabla 11: Aceptación del producto	38
Tabla 12: Motivos de consumo.....	39
Tabla 13: Cálculo de consumo por año	40
Tabla 14: Cálculo de mercado potencial	41
Tabla 15: Tipos de precios del producto.....	42
Tabla 16: Matriz de perfil competitivo	49
Tabla 17: Factores macrolocalizacionales.....	53
Tabla 18: Factores microlocalizacionales.....	55
Tabla 19: Lista de materias primas y materiales para 1kg.	57
Tabla 20: Lista de materias primas y materiales para 500 gr	58
Tabla 21: Niveles de nutrientes en ml/kg.....	59
Tabla 22: Lista de máquinas, equipos y herramientas.....	62
Tabla 23: Previsión de recursos humanos	74
Tabla 24: Gastos de Constitución.....	80
Tabla 25: Costo unitario de producción	81
Tabla 26: Estructura de costos y gastos.....	82
Tabla 27: Resumen de costos	83
Tabla 28: Costos de Producción.....	83
Tabla 29: Proyección de ventas	84
Tabla 30: Plan de inversión	85

Tabla 31: Estructura de Capital	86
Tabla 32: Líneas de Financiamiento.....	86
Tabla 33: Estado de Resultado.....	87
Tabla 34: Flujo de caja proyectado.....	88
Tabla 35: Estado de situación financiera	89
Tabla 36: Cálculo de VAN y TIR	91
Tabla 37: Relación costo beneficio presentación 500 gr	92
Tabla 38: Representación del punto de equilibrio.....	92
Tabla 39: Relación costo beneficio presentación 1 kg.....	93
Tabla 40: Representación del punto de equilibrio.....	93

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Género	29
Gráfico 2: Edad	30
Gráfico 3: Miembros por familia	31
Gráfico 4: Consumo de harina	32
Gráfico 5: Tipo de harina	33
Gráfico 6: Frecuencia de consumo	34
Gráfico 7: Lugar de Adquisición	35
Gráfico 8: Cantidad de consumo.....	36
Gráfico 9: Razones de consumo	37
Gráfico 10: Aceptación del producto	38
Gráfico 11: Motivos de consumo.....	39
Gráfico 12: Análisis competitivo de Michael Porter	43
Gráfico 13: Diagrama Estructural.....	68
Gráfico 14: Diagrama Funcional.....	68
Gráfico 15: Representación del punto de equilibrio presentación de 500 gr	92
Gráfico 16: Representación del punto de equilibrio presentación 1 kg	93

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Lugar de investigación	23
Ilustración 2: Calculadora de muestra.....	27
Ilustración 3: Ubicación de la planta.....	56
Ilustración 4: Diagrama de Procesos	63
Ilustración 5: Descripción de la planta.....	66

RESUMEN EJECUTIVO

Para el presente trabajo investigativo se estableció como objetivo general el desarrollar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo. En el país y en la provincia existe un bajo nivel de emprendimientos que transformen productos primarios en derivados de consumo masivo, por lo que el sector agroindustrial de Manabí aún no cuenta con un desarrollo y crecimiento, tomando en cuenta que posee las materias primas y la fuerza laboral para hacerlo. Ante esta problemática el surgimiento de emprendimientos permitirá la generación de valor en materias primas, la apertura de plazas de trabajo y por ende la dinamización económica del entorno. Para el desarrollo del estudio de factibilidad se realizó un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio financiero, los mismos que contribuyeron a la identificación de la demanda insatisfecha, capacidad productiva y análisis económico-financiero que tendrá la empresa. La metodología que se utilizó es de tipo cuantitativa, con un enfoque descriptivo, los medios de obtención de datos están basados en documentales y de campo, por el tiempo de la investigación tendrá un diseño no experimental y el material para recolección de datos es la encuesta. Ante la situación planteada anteriormente se evidencia la necesidad de la implementación de una empresa que produzca y comercializa harina de maíz, bajo criterios de calidad, permitiendo a la comunidad portovejense y manabita acceso a un producto de menor precio en el mercado, con ello aplacar en la económica de la población menos favorecida. La investigación realizada entorno a la creación de la empresa productora y comercializadora de harina de maíz concluye con la factibilidad derivada de cada uno de los estudios realizados.

Palabras clave: factibilidad, emprendimiento, producción, agroindustria.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo está encaminado en desarrollar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en cantón Portoviejo, el mismo que se proyecta en satisfacer la demanda de los consumidores de la provincia de Manabí, utilizando al maíz como principal materia prima para la elaboración de este producto proveniente de los cantones aledaños y almacenada en silos en la ciudad donde se ubicara la planta procesadora.

En Latinoamérica existen diversos factores limitantes para el surgimiento de emprendimientos, entre los cuales está el acceso al financiamiento, políticas gubernamentales de apoyo, baja capacidad asociativa, entre otros, que se presentan como obstáculos e impiden crear un emprendimiento. A pesar de que la juventud ecuatoriana es considerada la más emprendedora en toda Latinoamérica, en el país aún existen pocos emprendimientos que se dediquen a la transformación de productos primarios en derivados de consumo masivo, por tal razón y ante lo expuesto se plantea un estudio para identificar la factibilidad de crear una empresa que se dedique a la producción y comercialización de harina de maíz, aportando al desarrollo económico y social de la provincia.

Para el desarrollo de la factibilidad del proyecto se realizaron varios estudios, entre los principales el estudio de mercado, cuya finalidad fue la de identificar gustos y preferencias, realizar análisis externos y de competencia, y estudiar las variables del marketing, el estudio de técnico permitió identificar la ubicación y distribución de la planta, las maquinarias, materias, materiales y procesos necesarios para la producción, el estudio financiero identifico cuales eran los costos, gastos e ingresos que tendrán cada uno de los artículos, procesos y fuerza laboral de la empresa, las proyecciones de ventas y de producción, e identificar mediante la evaluación financiera los rubros de utilidad y rentabilidad en los que incurrirá la planta procesadora.

La investigación del proyecto es de tipo cuantitativo ya que a través de la utilización de la estadística se pretende determinar el grado de factibilidad que

tendrá el proyecto de estudio, se utilizó un tipo de investigación descriptivo, el mismo que permitió comprender las necesidades, deseos y gustos de la población involucrada en el estudio. Los medios que se utilizaron para la obtención de datos estuvieron basados en documentales y de campo, ya que esto permitió el conocimiento más a fondo del problema por parte del investigador, para poder manejar los datos con seguridad. Por el tiempo en el cual se realizó la investigación, esta estuvo basada en un diseño no experimental, ya que el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora se centró en el estudio de sus dimensiones e indicadores sin manipulación alguna. La población u objeto de estudio estuvo representada por las familias del cantón de Portoviejo, ya que el enfoque parte en la adquisición de un producto por cada familia, y cuya muestra estuvo dada por 383 encuestados.

A través de los diversos estudios se determinó la factibilidad que tendrá el proyecto, cumpliendo con los objetivos establecidos y brindando un producto terminado a la sociedad a un precio más accesible. Es por ello que las recomendaciones recaen sobre la puesta en marcha del proyecto, debido a su impacto que tendrá en la sociedad brindando productos accesibles y ofertas laborales para su entorno.

CAPÍTULO I

1. DISEÑO TEÓRICO

Tema

“Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo”

1.1. Planteamiento del Problema

En palabras del autor (DRUCKER , 1994) en su obra “La innovación y el empresario innovador” define el emprendimiento como la creación de un tipo de proyecto que persigue un determinado fin, ya sea económico, político, social, etc., con características de incertidumbre, riesgo e innovación.

Partiendo con la definición del Autor Drucker podemos decir que el emprendimiento es un proyecto que se crea con un determinado fin y que viene asociado a diversas características probabilísticas de ocurrencia o no ocurrencia, mientras que para (KANTIS, 2004) en su obra “Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional”, los principales motivos por lo que las personas emprenden son: Lograr la realización personal, poner en práctica sus conocimientos, mejorar su nivel de ingresos, contribuir a la sociedad, ser su propio jefe, obtener status social, estar desempleado y no poder estudiar. Pese a ello estos emprendedores se encuentran con un entorno emprendedor obstaculizado por diversos factores limitantes, entre ellos el reducido tamaño de los mercados internos, escasa capacidad adquisitiva de la población, bajo potencial de crecimiento de los mercados domésticos, restricciones para acceder a fuentes de financiamiento, escasa educación y formación para el emprendimiento, baja capacidad de asociatividad, baja posibilidad de realizar investigación y desarrollo e insuficiente apoyo gubernamental, cada uno de los factores asociados a la realidad de cada uno de los países latinoamericanos.

Coincidiendo con los factores limitantes del autor Kantis, un informe realizado por London Business school y publicado por (Global Entrepreneurship Monitor, 2004 2005) manifiesta que entre las variables específicas limitantes de los

emprendimientos en América latina está el acceso financiero, políticas y programas gubernamentales de apoyo, educación y capacitación, transferencia de investigación y desarrollo, y apertura del mercado interno.

Por otro lado los datos del informe de (OIJ, 2019), el cual hizo un estudio en Iberoamérica relacionado con la cantidad de jóvenes que emprendían, en donde se demostró que en Portugal existe el ecosistema más emprendedor, mientras que en Ecuador se encuentran los jóvenes más emprendedores, dicho informe clasifica a los jóvenes entre 18 a 24 años como juventud joven y a los de 25 a 34 años como juventud mayor. Haciendo una comparación entre hombres y mujeres para identificar cuál de ellos emprende más, se demostró que Perú es el único país donde las jóvenes entre 18 a 34 años emprenden más que los hombres, países como Brasil, Argentina y Panamá las jóvenes entre 18 a 24 años son las que inician más emprendimientos, mientras que Ecuador es el país que muestra la mayor tasa de emprendimientos, ya que tanto hombres como mujeres participan activamente en la creación de negocios utilizando sus propios ahorros.

El financiamiento en general es la clave para que emprendimientos se potencien, permitiéndoles crecer e internacionalizarse. Un Informe presentado por (AEI, 2019) muestra que en el Ecuador la industria del capital emprendedor está compuesto por capital semilla, capital de riesgo e inversión ángel. El informe tiene dos objetivos importantes, el primero es el de dar a conocer a quien solicitar financiamiento e inversión, y la segunda se relaciona en que los inversores identifiquen bien las ideas innovadoras para colocar su capital. Los emprendimientos que más posibilidades tienen de acogerse al financiamiento que brinda el país son los que se encuentran en los sectores de agroindustria, turismo, artesanías, tecnología y construcción, estos sectores poseen más posibilidades debido a que la agroindustria y el turismo se encuentra estrechamente vinculada con la matriz productiva, y la construcción aún tiene un amplio e interesante mercado por satisfacer.

En el país y en el mundo entero los emprendimientos nunca han necesitado políticas gubernamentales para su surgimiento, pero no obstante en el país y con las tendencias actuales debido a la necesidad de financiamiento, es necesario

establecer leyes y lineamientos que creen un ecosistema emprendedor que identifique los emprendimientos que surgen por oportunidad o vocación de los que surgen por necesidad, ya que de ello dependerá su grado de innovación y crecimiento.

Informes revelados por (PREFECTURA DE MANABI, 2019) destaca que en el país entre el 2016 y 2019 se han realizado 279 ferias en las provincias de Manabí, Pichincha, Guayas, Azuay, entre otras, haciendo referencia que los protagonistas de estas han sido los manabitas. El informe menciona que desde antes del fenómeno natural ocurrido en 2016 ya se daban asesorías en cuanto a marcas y recetas a emprendimientos que querían nacer o crecer.

Los emprendimientos que más se acogieron a estas asesorías son los que se encuentran en la categoría de agroindustria, entre los cuales, de aliños, café, chifles, conservas entre otros, beneficiando tanto a emprendedores como a empresarios de corporaciones y supermercados a nivel nacional. Pese a ello la transformación de productos primarios y extracción de sus derivados aun es mínima en la provincia, ya que el sector agroindustrial aun no es lo suficientemente explotado debido a las limitaciones encontradas con la poca intervención por parte del estado en términos de inversión y asesorías de transformación de matriz productiva.

Debido a todos los antecedentes expuestos en cuanto al análisis hecho del surgimiento de emprendimientos en América Latina en un aspecto macro, meso y micro, y a las diversas características que muchas veces entorpecen el nacimiento o crecimiento de estos negocios, se plantea el estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón de Portoviejo.

1.1.1 Formulación del Problema.

¿De qué manera se desarrolla un estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo?

1.2. Formulación de Objetivos

1.2.1 Objetivo General.

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Elaborar el estudio de mercado para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo.
- Definir el estudio técnico para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo.
- Establecer el estudio financiero para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo.

1.3. Justificación del proyecto

1.3.1 justificación teórica.

La necesidad del estudio nace con la carencia de empresas que transformen gramíneas en productos de consumo masivo, para lo cual la presente investigación está enfocada en el estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz, en donde se aplicaran los conocimientos científicos y técnicos además de herramientas necesarias que garanticen un correcto estudio investigativo. La diversificación de productos derivados a partir de la producción de maíz, permitirá que estas gramíneas se industrialicen y se conviertan en productos terminados, fomentando a la aparición de negocios que se dediquen a esta actividad económica.

Dentro de la sociedad la creación de emprendimientos es un factor muy importante, ya que permite el crecimiento económico del sector y de la empresa como tal, utilizando los diversos medios que se encuentran en el entorno, como lo es el talento humano, las materias primas y los consumidores, de esta forma se

incrementan las fuentes de trabajo y se da un mejor manejo a la producción local a fin de entregar un producto de calidad a la sociedad. El análisis de los diferentes estudios realizados en torno a la producción y comercialización de harina de maíz determinaran la factibilidad del proyecto.

1.3.2 Justificación práctica.

La investigación presente entregara las bases necesarias para la implementación de un emprendimiento de producción y comercialización de harina de maíz, aportando al cambio de la matriz productiva y al desarrollo económico local, generando valor agregado a la producción del sector estudiado e industrializando estas materias primas para entregar un producto terminado que satisface las demandas del mercado.

1.3.3 Justificación metodológica.

La utilización del método cuantitativo permite demostrar a través de la realización de diversos estudios la validez y confiabilidad de la factibilidad que tendrá la producción y comercialización de harina de maíz, los resultados obtenidos utilizando este método en la investigación tienen relevancia para el desarrollo de futuras investigaciones.

1.4. Delimitación del proyecto

Campo: Administración

Área: Emprendimiento

Aspecto: Producción y Comercialización de harina de maíz.

Tema: “Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo”.

Problema: ¿De qué manera se desarrolla un estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo?

1.4.1 Delimitación geográfica.

La siguiente investigación plasmada como proyecto de emprendimiento se desarrolla en Ecuador, en el cantón Portoviejo de la provincia Manabí.

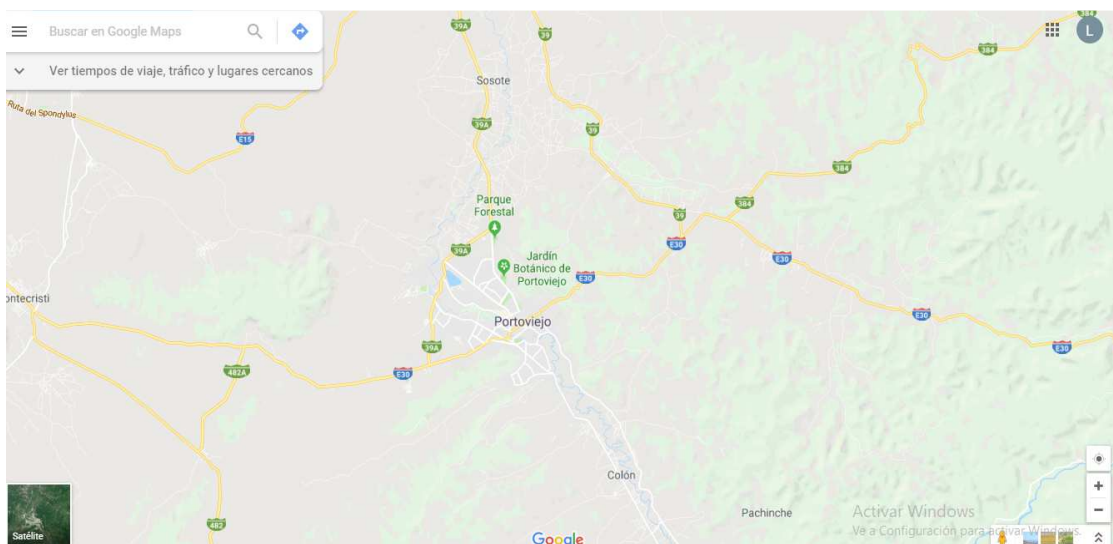


Ilustración 1: Lugar de investigación

Fuente: <https://www.google.com/maps/@-1.0673873,-80.4815077,14z>

1.4.2 Delimitación temporal.

La investigación tiene una duración de (8 meses) empezando desde noviembre 2018 y finalizando agosto 2019.

1.4.3 Delimitación social (beneficiarios).

Beneficiarios Directos:

- Ejecutores del proyecto de emprendimiento
- Productores de la zona
- Consumidores
- Trabajadores de la planta

Se considera beneficiarios directos a todos aquellos que están relacionados y que formaran las funciones de proveedor, empresa y consumidor.

Beneficiarios Indirectos:

- Intermediarios

- Transportistas
- Personal técnico independiente

Se considera a todos aquellos que de alguna forma obtienen un beneficio de la creación de este emprendimiento, tales como aquellos que ayudaran al traslado de mercancías, darán mantenimientos y reparaciones, y aquellos que utilizaran el producto para realizar una actividad que les permita generar ingresos.

CAPITULO II

2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1. Nombre de la empresa

PROCESADORA MANABITA S.A.

Procesadora Manabita S.A. es una empresa nueva ubicada en la ciudad de Portoviejo, dedicada a la producción y comercialización de harina de maíz acorde a la calidad y exigencias de los consumidores, fomentando un desarrollo socio económico del cantón y de la provincia.

2.2. Visión

Convertirnos en una empresa líder en producción de alimentos, que garantice a nuestros consumidores productos altamente confiables, contando con un personal ético, competitivo y comprometido con los objetivos y políticas de la empresa.

2.3. Misión

Somos una empresa dedicada a la producción de harina de maíz, con altos estándares de calidad, dirigido a la satisfacción de nuestros consumidores y fomentando la industrialización de materia prima.

2.4. Valores empresariales

Responsabilidad: Actuar de forma consiente, reflexionando, administrando y respondiendo a las consecuencias de nuestro actuar en un plano moral y profesional.

Proactividad: Tomar siempre la iniciativa de superarnos, intentando transformar las necesidades y problemas del consumidor en oportunidades para crecer.

Honestidad: Brindar y reflejar nuestra calidad en cada uno de nuestros productos, asegurando el bienestar y confianza de nuestros consumidores.

Profesionalismo: Regirnos con respeto, objetividad y efectividad en cada una de las actividades que desarrollamos.

Liderazgo: tener la capacidad de influir en los demás con el fin de conseguir los objetivos de la empresa.

2.4.1 Políticas empresariales.

1. Desarrollar y mantener una cultura de liderazgo.
2. Fomentar valores para mejorar el desempeño y relación laboral.
3. Reconocer el buen desempeño del trabajador.
4. Los empleados de la empresa deben mantener una postura ética.
5. Mantener una comunicación constante tanto interna como externa.
6. Los productos deben cumplir los estándares de calidad.
7. Manejar precios accesibles para el consumidor.
8. Cumplir todos los acuerdos pactados con nuestros clientes.

2.5. Análisis interno y externo del Proyecto

Cuadro 1: Matriz FODA

ANALISIS FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa generadora de valor agregado en materias primas. • Fácil acceso a la materia prima. • Bajo coste de materia prima. • Personal cualificado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos • Identificación de nuevos nichos de mercado. • Asociatividad estratégica. • Políticas gubernamentales de apoyo a emprendimientos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa nueva en el mercado. • Maquinarias con altos costos. • Insuficientes activos que respalden la oportunidad de acceder a créditos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de competencia posicionada sólidamente. • Políticas y procesos gubernamentales que demoran el acceso a financiamiento. • Crisis económica • Cambios nutricionales del consumidor.

Fuente: Administración Estratégica (Thompson, Gamble, & Peteraf, 2012)

Elaborado por: El autor.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA

3.1. Segmento del Mercado

El estudio de mercadotecnia se centró en el análisis de los diversos factores que engloban el mercado, uno de estos factores fue el identificar el mercado meta al que se desea acceder, por lo tanto, se realizó una encuesta tomando como población a las familias del cantón Portoviejo, que de acuerdo con el INEC 2010 existen 71462 familias.

Para la realización de las encuestas se tomó una muestra de la población de estudio la misma que representa 383 familias encuestadas y que se detalla en la ilustración 2 de calculadora de muestra, utilizando un margen de error de 0,5% y una confiabilidad del 95%.



Calculadora de Muestras

Margen de error:

 Nivel de confianza:

 Tamaño de Poblacion:

Margen: 5%
Nivel de confianza: 95%
Poblacion: 71462

Tamaño de muestra: 383

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza deseado
- p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
- q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
- e= Nivel de error dispuesto a cometer
- N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Ilustración 2: Calculadora de muestra

Fuente: calculadora de muestra. http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

Dentro del proceso de encuesta y con el objetivo de identificar los gustos y preferencias de la población de estudio, se elaboró una estratificación para cada una de las parroquias del cantón a encuestarse, la misma que se encuentra en la

tabla 1, de esta forma se distribuyó la muestra y se obtuvo a través de un coeficiente muestral las encuestas que se realizaron en cada una de estas parroquias.

Población	71.462 familias
Muestra	383 familias
Coeficiente muestral	0,005359492

Tabla 1: Distribución de la muestra

DISTRUBUCIÓN DE LA MUESTRA		
PARROQUIAS	POBLACIÓN	MUESTRA
PORTOVIEJO	56.988	305
ABDON CALDERON	3.556	19
ALHAJUELA (BAJO GRANDE)	982	5
CRUCITA	3.722	20
PUEBLO NUEVO	778	4
RIOCHICO (RIO CHICO)	3.035	16
SAN PLACIDO	1.798	10
CHIRIJOS	603	3
TOTAL	71.462	383

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor.

La tabla 1 indica que la mayoría de encuestas que se realizaron se concentraron en la parroquia urbana de Portoviejo, la misma que posee la mayor cantidad de familias a diferencia de las otras parroquias del cantón, aun así, fue fundamental realizar encuestas en estos sectores rurales, ya que el objetivo fue el identificar los gustos y preferencias de las familias del cantón Portoviejo.

3.1.1 Análisis e interpretación de encuestas.

Una vez que se aplicó la encuesta se obtuvieron los resultados que permitieron identificar el grado de aceptación del producto por parte de los consumidores, así también variables adicionales para realizar las proyecciones de venta y puntos de expendio.

3.1.1.1 Datos generales de los encuestados.

Tabla 2: Género

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	FEMENINO	282	73,63%	73,63%
	MASCULINO	101	26,37%	100,00%
TOTAL		383	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

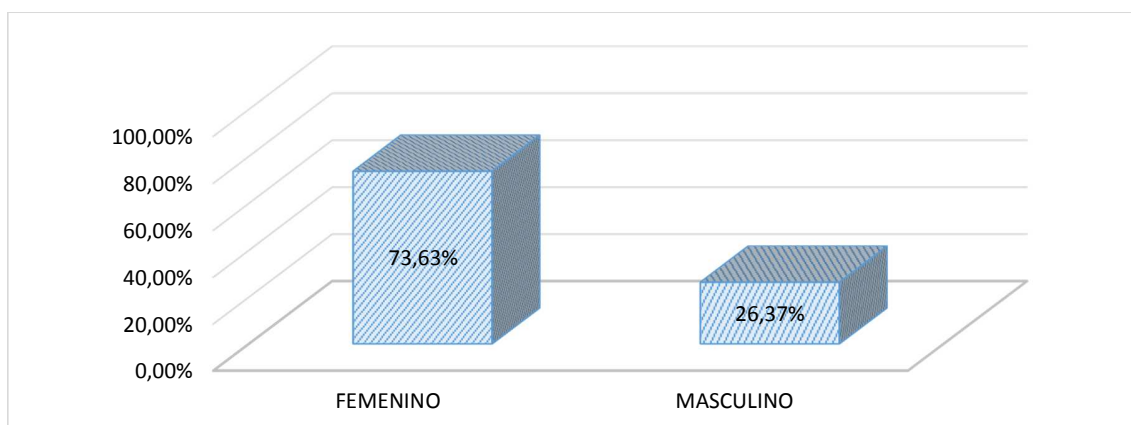


Gráfico 1: Género

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

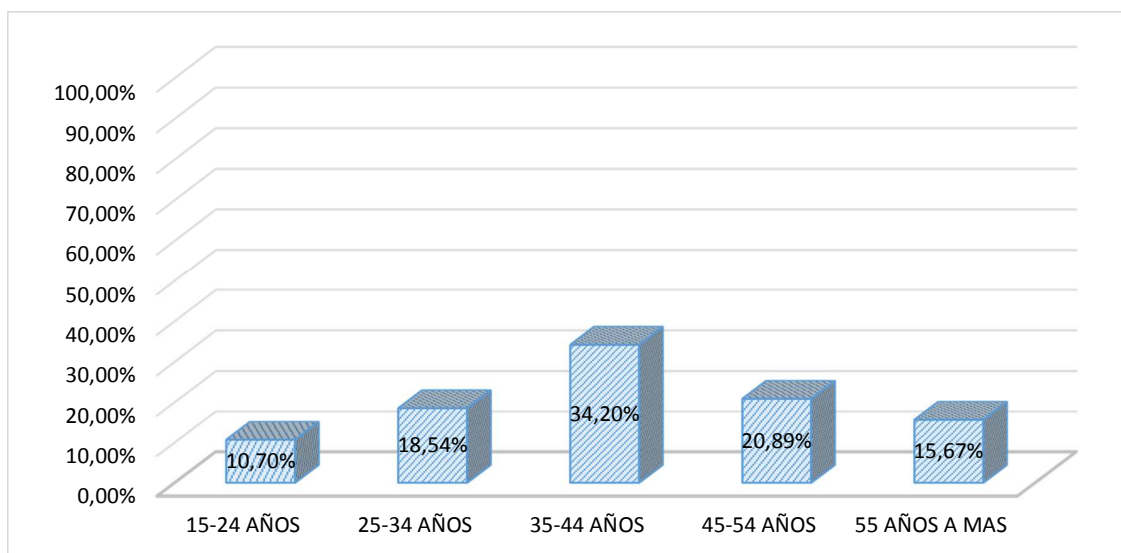
Según tabla 2 y gráfico 1 con respecto al género de encuestados, se observa que el 73,63% de encuestados están representados por el género femenino, dicha opinión es de gran importancia debido a su rol en la mayoría de hogares y al conocimiento entorno a la preparación de alimentos, y el porcentaje restante está representado por el género masculino con un 26,37%.

Tabla 3: Edad

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	15-24 AÑOS	41	10,70%	10,70%
	25-34 AÑOS	71	18,54%	29,24%
	35-44 AÑOS	131	34,20%	63,45%
	45-54 AÑOS	80	20,89%	84,33%
	55 AÑOS A MAS	60	15,67%	100,00%
	TOTAL	383	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

**Gráfico 2:** Edad

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

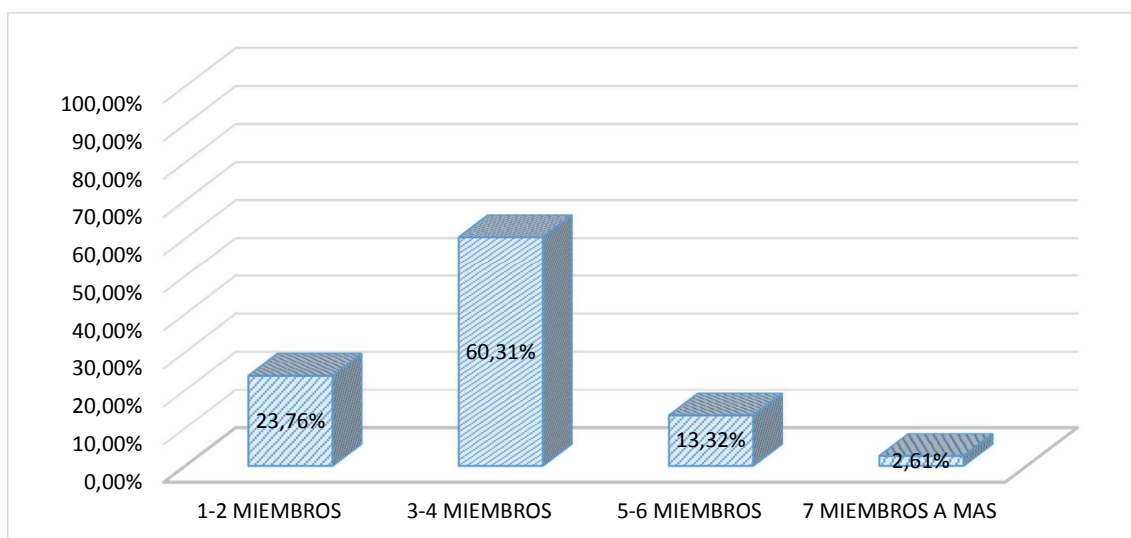
Según la tabla 3 y gráfico 2 indican que las encuestas que se realizaron en el cantón Portoviejo el 10,70% de encuestados se encuentran en la edad de 15 a 24 años, el 18,54% entre las edades de 25 a 34 años, el 34,20% poseen las edades de 35 a 44 años, el 20,89% se encuentra entre las edades de 45 a 54 años, mientras que el 15,67% posee más de 55 años, permitiendo observar que dentro del proceso de encuesta se consideró a las personas activamente económicas del núcleo familiar.

Tabla 4: Miembros por familia

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	1-2 MIEMBROS	91	23,76%	23,76%
	3-4 MIEMBROS	231	60,31%	84,07%
	5-6 MIEMBROS	51	13,32%	97,39%
	7 MIEMBROS A MAS	10	2,61%	100,00%
TOTAL		383	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

**Gráfico 3:** Miembros por familia

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 4 y gráfico 3 muestra los miembros por familia que poseen cada uno de los encuestados permitiendo identificar que el 23,76% posee de 1 a 2 miembros por familia, el 60,31% posee de 3 a 4 miembros por familia, el 13,32% posee de 5 a 6 miembros, mientras que solo el 2,61% de encuestados posee más de 7 miembros.

3.1.1.2 Cálculo e Interpretación de datos recolectados.

1. ¿En su hogar usted o su familia consumen o utilizan algún tipo de harina?

Tabla 5: Consumo de harina

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Si	373	97,39%	97,39%
	No	10	2,61%	100,00%
TOTAL		383	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

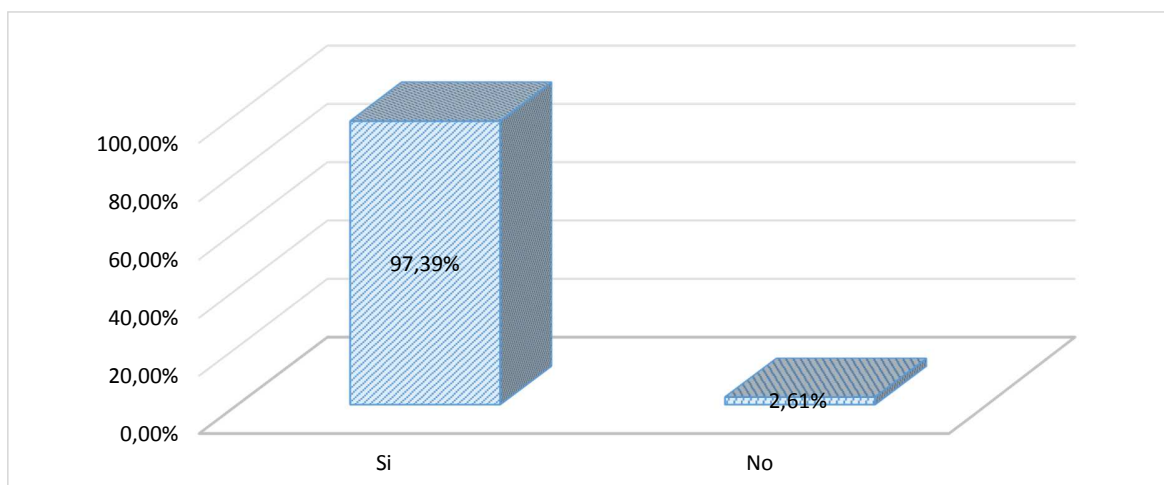


Gráfico 4: Consumo de harina

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 5 y gráfico 4 con respecto al consumo de harinas en hogares del cantón Portoviejo se obtuvo que el 97,39% de encuestados incluyen a las harinas dentro de sus hábitos alimenticios, mientras que el 2,61% restante no consumen o utilizan ni un tipo de harina.

2. ¿Cuál de los siguientes tipos de harinas es su favorita o de mayor consumo?

Tabla 6: Tipo de harina

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Trigo	220	58,98%	58,98%
	Maiz	143	38,34%	97,32%
	Platano	10	2,68%	100,00%
TOTAL		373	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

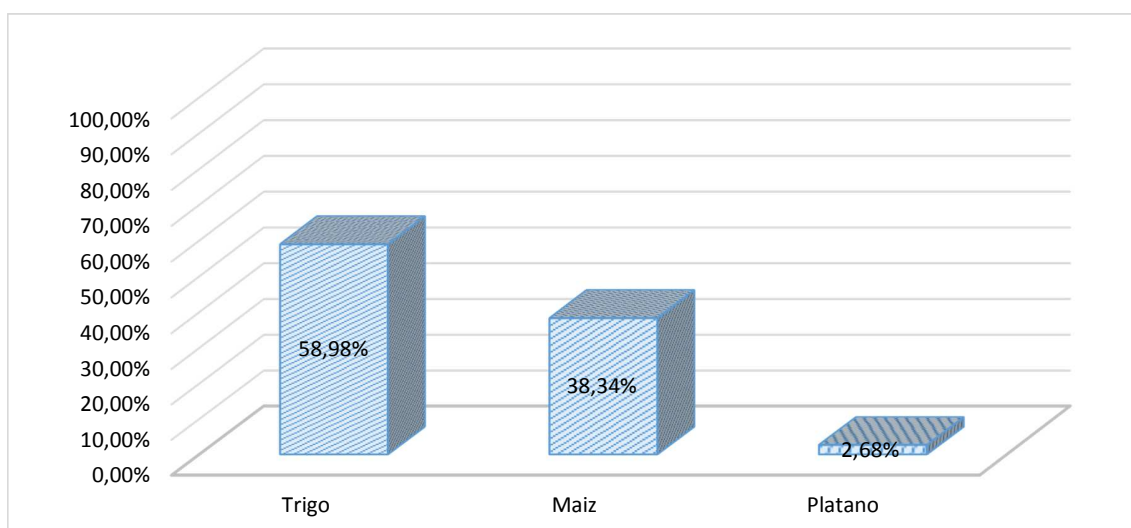


Gráfico 5: Tipo de harina

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según la tabla 6 y gráfico 5 indican el tipo de harina consumido o utilizado por las familias de Portoviejo, en la cual se identifica que el 58,98% de encuestados prefieren las harinas de trigo por la amplia variedad de usos que este tipo de harina les permite, el 38,34% de encuestados que representan a 143 familias indicaron que consumen harinas de maíz, lo que significa que el proyecto posee una aceptación y una demanda factible, otro tipo de harina con una aceptación menor fue la de plátano ya que obtuvo una calificación de 2,68% por parte del encuestado.

3. ¿Con que frecuencia consume este tipo de harina?

Tabla 7: Frecuencia de consumo

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Diariamente	10	6,99%	6,99%
	Semanal	50	34,97%	41,96%
	Quincenal	83	58,04%	100,00%
TOTAL		143	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

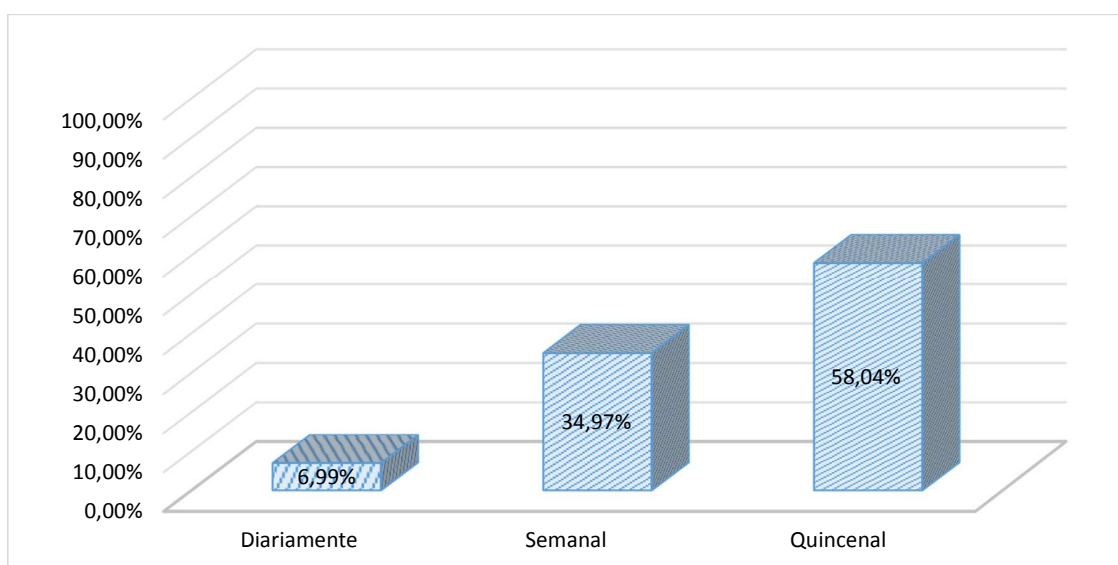


Gráfico 6: Frecuencia de consumo

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 7 y gráfico 6 con respecto a la frecuencia de consumo del tipo de harina seleccionado, los encuestados indican que el 6,99% consumen o utilizan la harina preferida diariamente, el 34,97% de encuestados consumen o utilizan esta harina 1 o 2 veces por semana, mientras que el 58,04% representando a 83 familias consumen esta harina cada 15 días.

4. ¿En qué lugar o supermercado suele comprar la harina que consume o utiliza?

Tabla 8: Lugar de Adquisición

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Supermaxi	10	6,99%	6,99%
	Tia	20	13,99%	20,98%
	Aki	21	14,69%	35,66%
	Mi comisariato	20	13,99%	49,65%
	Tiendas	72	50,35%	100,00%
TOTAL		143	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

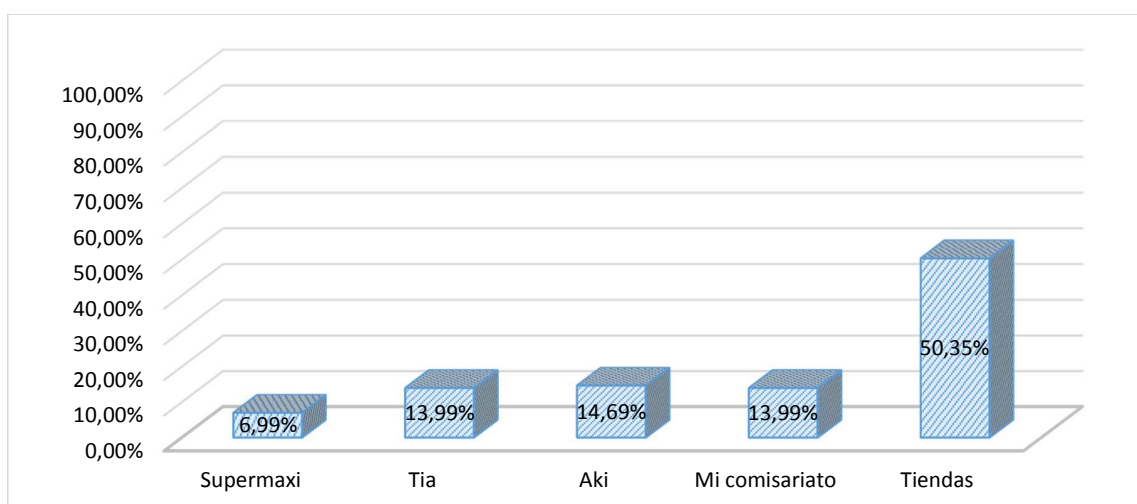


Gráfico 7: Lugar de Adquisición

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 8 y gráfico 7 con respecto al lugar de adquisición del tipo de harina seleccionado, se muestra que el 6,99% adquieren el producto en Supermaxi, el 13,99% en Tía, el 14,69% de encuestados en supermercados Aki, el 13,99% en Mi comisariato, mientras que el 50,35% lo adquieren en tiendas, permitiendo observar que las tiendas, y los supermercados de Mi comisariato y Aki representan una gran oportunidad para introducir nuestro producto.

5. ¿Cuál de las siguientes opciones refleja mejor su cantidad de consumo o utilización?

Tabla 9: Cantidad de consumo

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	0.5 a 1 kg	133	93,01%	93,01%
	2 a 3 kg	10	6,99%	100,00%
TOTAL		143	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

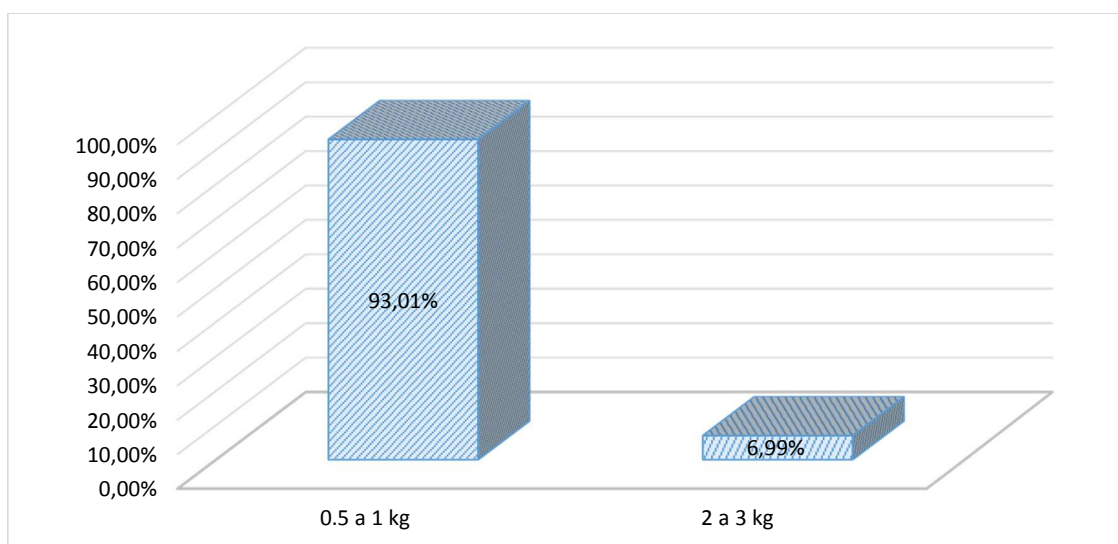


Gráfico 8: Cantidad de consumo

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según la tabla 9 y gráfico 8 con respecto a la cantidad de consumo del tipo de harina seleccionado, se observa que el 93,01% de encuestados consumen de 0,5 a 1 kg de harina, permitiendo observar que la presentación adecuada del producto debe ser las antes descritas, el porcentaje restante que es el 6,99% que de acuerdo al consumo del encuestado es de 2 a 3 kg, dichos valores de consumo o utilización varían por los miembros familiares o por actividades económicas emprendidas.

6. ¿Por qué razón es su marca favorita o de mayor consumo?

Tabla 10: Razones de consumo

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Sabor	111	77,62%	77,62%
	Vitaminas	21	14,69%	92,31%
	Precio	11	7,69%	100,00%
TOTAL		143	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

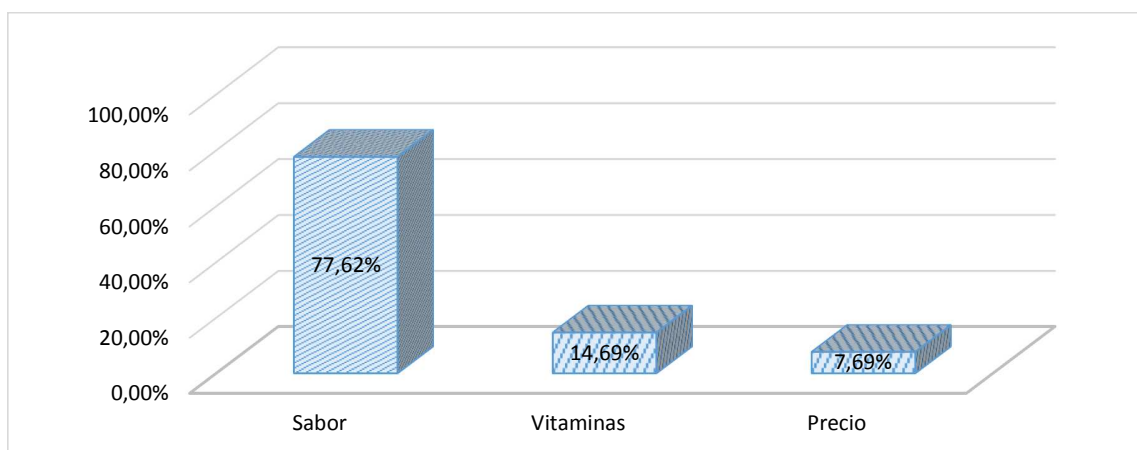


Gráfico 9: Razones de consumo

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 10 y gráfico 9 refiriéndose a los motivos de preferencia a la marca o tipo de harina seleccionado, se obtuvo que el 77,62% prefieren la harina seleccionada por su sabor, demostrando que lo que le interesa al consumidor es la calidad, el sabor y satisfacción que le da el producto; el 14,69% de encuestados prefieren la harina seleccionada por las vitaminas que les proporciona, siendo un factor importante dentro de un producto alimenticio; así el 7,69% de encuestado prefieren o utilizan la el tipo de harina seleccionado por el precio.

7. ¿Estaría dispuesto a consumir un nuevo tipo de harina de maíz?

Tabla 11: Aceptación del producto

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Si	130	90,91%	90,91%
	No	13	9,09%	100,00%
TOTAL		143	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

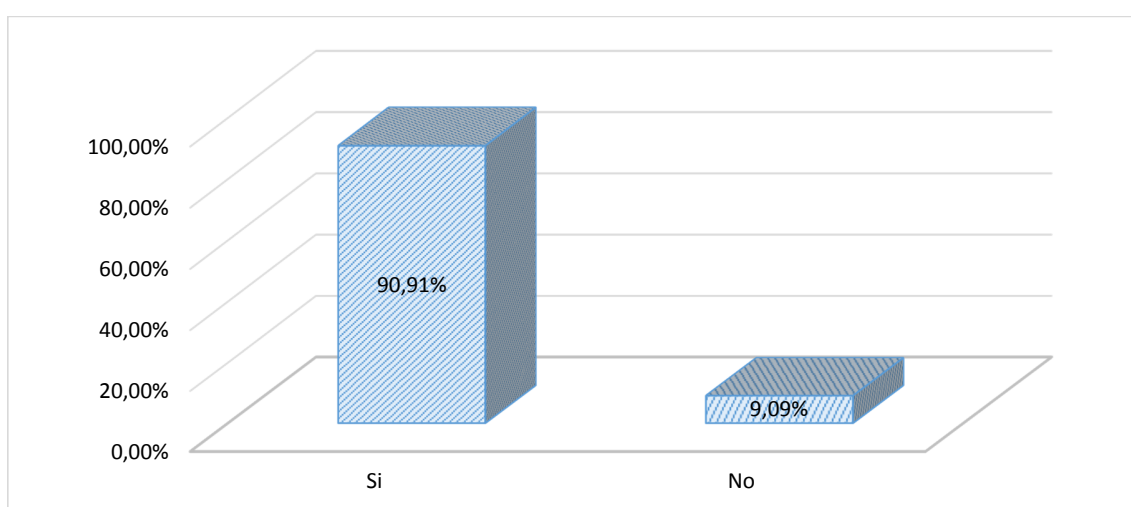


Gráfico 10: Aceptación del producto

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 11 y gráfico 10 en cuanto a la aceptación de un nuevo tipo de harina de maíz por parte del consumidor, se obtuvo que el 90,91% de consumidores de harina de maíz estarían dispuestos a consumir un nuevo tipo de harina de maíz en el mercado, demostrando que el proyecto posee una gran aceptación y por ende una factibilidad desde el punto de vista del consumidor; por otro lado el 9,09% de familias encuestadas consumidores de harina de maíz, no estarían dispuestos a consumir un nuevo tipo de harina de maíz en el mercado.

8. ¿Que lo motivaría a consumir este nuevo tipo de harina de maíz?

Tabla 12: Motivos de consumo

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
VALIDOS	Alimento a Preparar	41	28,67%	28,67%
	Variedad de Preparación	90	62,94%	91,61%
	Valores Nutritivos	12	8,39%	100,00%
TOTAL		143	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

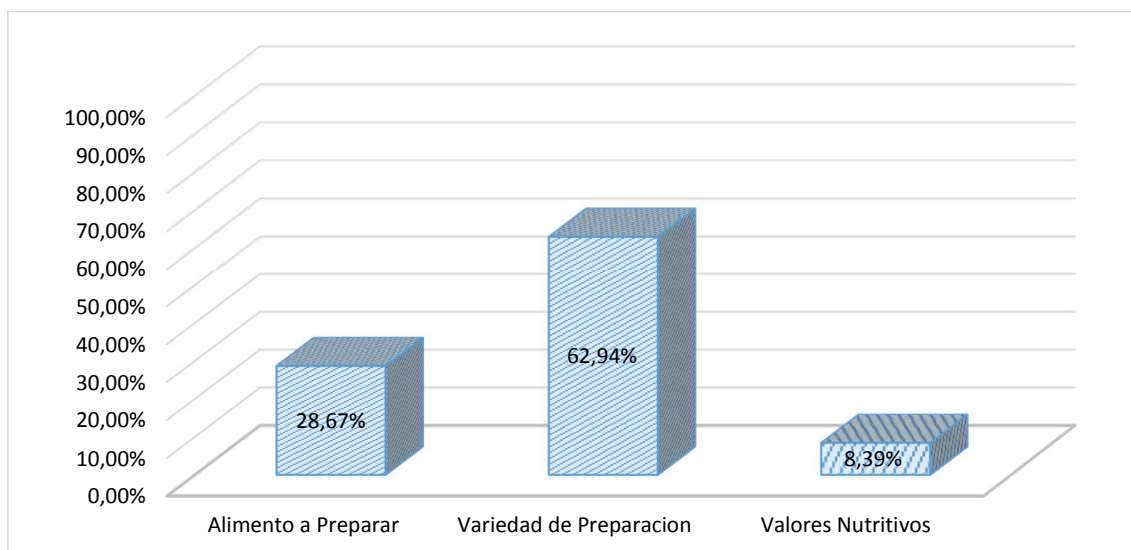


Gráfico 11: Motivos de consumo

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Interpretación:

Según tabla 12 y gráfico 11 con respecto a los motivos que llevarían al consumidor a adquirir este nuevo tipo de harina de maíz, se obtuvo que el 28,67% de encuestados eligió la opción del alimento a preparar, el 62,94% que representa a 90 familias encuestadas se sentiría motivado a consumir el producto por la variedad de preparación, permitiendo observar que entre más variedad de usos permita el producto más aceptación tiene por parte del mercado; 8,39% de encuestados se motivarían a consumir el producto por los valores nutritivos que estos les provea.

3.1.2 Cálculo del consumo de harina de maíz anual.

El objetivo de la implementación de las encuestas era definir qué tan factible y aceptable era el proyecto desde el punto de vista del consumidor, por lo cual a continuación se realiza el cálculo de la equivalencia de la demanda insatisfecha o posible consumidores del nuevo tipo de harina de maíz.

Tabla 13: Cálculo de consumo por año

FAMILIAS DE PORTOVIEJO	% DE PARTICIPACION DE LA HARINA DE MAIZ	FAMILIAS CONSUMIDORAS DE HARINA DE MAIZ	FRECUENCIA DE CONSUMO					
			DIARIO		SEMANAL		QUINCENAL	
			%	CANTIDAD DE FAMILIAS	%	CANTIDAD DE FAMILIAS	%	CANTIDAD DE FAMILIAS
71462	38,34%	27399	6,99%	1915	34,97%	9581	58,04%	15902
CANTIDAD DE CONSUMO		0,5 - 1 KG	93,01%	1781	93,01%	8912	93,01%	14791
		2 - 3 KG	6,69%	119	6,69%	596	6,69%	989
CANTIDAD DE CONSUMO EXPRESADA EN KILOGRAMOS		0,75	KG	1335,97	KG	6683,65	KG	11092,91
		2,5	KG	297,92	KG	1490,45	KG	2473,72
TOTAL CANTIDAD DE CONSUMO EN KG			1633,89		8174,11		13566,63	
CANTIDAD DE KG CONSUMO POR AÑO			360	588199,05	52	425053,52	24	325599,17
TOTAL CANTIDAD DE CONSUMO POR AÑO			1338851,73					

Fuente: Encuesta aplicada a las familias del cantón Portoviejo

Elaborado por: El autor.

Según la tabla 13 el consumo de harina de maíz de las familias del cantón Portoviejo es de 1338851,73 kilogramos al año, dicha cantidad corresponde al cálculo de las frecuencias diaria, semanal y quincenal, comprendiendo un consumo de 0,5 a 1 kg y de 2 a 3 kg.

Para identificar cual es la demanda insatisfecha o mercado potencial se realiza el siguiente calculo, tomando en consideración el porcentaje de familias encuestadas que están dispuestas a consumir un nuevo tipo de harina de maíz.

Tabla 14: Cálculo de mercado potencial

VARIABLES	NÚMERO DE FAMILIAS	CONSUMO ANUAL
MERCADO DE HARINAS DE MAIZ	27399	1338852 KG
ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO (90,91%)	24908	1217150 KG
SELECCIÓN DEL MERCADO (12%)	3014	147274 KG

Elaborado por: El autor.

Según la tabla 14 se observa que el mercado al que se dirige el proyecto comprende a 3014 familias del cantón Portoviejo, con un consumo anual de 147274 kilogramos, dichos valores corresponden al 11% del mercado general de consumo de harina de maíz.

3.2. Estudio de las variables del Marketing Mix

El marketing mix es un tipo de estrategia interna que desarrollan las empresas con el objetivo de tener un contacto más cercano con el consumidor, a fin de que este realice un mayor consumo del producto. Dentro de las variables del marketing mix encontramos el producto, precio, plaza y promoción.

3.2.1 Producto.

El producto consiste en harina de maíz precocida, contiene nutrientes y puede ser utilizada para la preparación de alimentos, tales como tortillas, torrijas, sopas, muchines, humitas y otros tipos más.

El nombre del producto será Costeñita y el objetivo es que sea una harina con altos estándares de calidad en las presentaciones de 500 g y 1 kg, permitiendo la preparación de una gran variedad de alimentos y una fácil utilización hacia el consumidor.

3.2.2 Precio.

El precio es un factor importante dentro del mercado, ya que a través de él se puede ser altamente competitivo con un producto de calidad. La definición del precio

de un producto es gran decisión para una empresa, por tal razón se realizan diversos análisis para poder establecer el precio más adecuado.

Para el cálculo de precios se realiza un análisis competitivo el mismo que se encuentra en el cuadro 2, identificando los principales competidores y sus precios referenciales, es así que los precios estarán establecidos de acuerdo a los costos de producción, el mercado y el porcentaje de utilidad esperado.

El producto tendrá dos tipos de precio, el primero corresponde al valor que se comercializara con los supermercados y tiendas, y el segundo es el precio de venta al público.

Tabla 15: Tipos de precios del producto

PRODUCTO	PRECIO DE COMERCIALIZACION	PVP
HARINA 500 GR	1,00	1,25
HARINA 1 KG	2,00	2,30

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

3.2.3 Plaza.

Las plazas escogidas para la introducción y distribución del producto serán los supermercados, minimarkets y tiendas populares, los mismos que son respaldados por la encuesta realizada y son los canales más principales para poder establecernos en el mercado.

Entre los supermercados que se buscarán negociaciones para que el producto sea expandido estarán Supermaxi, Mi Comisariato, Aki y Tía. La forma de cómo se darán las negociaciones serán bajo el acogimiento del manual de buenas prácticas comerciales para supermercados emitido por la Superintendencia de Control de Poder de Mercado que entro en vigencia en el año 2014 y cuyo objetivo es incrementar la participación de las Mypimes en la economía del país.

3.2.4 Promoción.

Entre las estrategias a utilizarse para la introducción del producto se realizarán promociones como:

- Asociatividad con otras marcas para armar un kit comercial.

- Durante el primer periodo mayor cantidad del producto por el mismo precio de la presentación acordada.
- Comercializar el empaque de 500 gr en un segundo producto a mitad de precio.

3.3. Análisis competitivo

Para (PORTER, 1980) el análisis competitivo es una herramienta que utilizan las empresas para conocer, análisis y proponer estrategias en el mercado meta. Dicho análisis está basado en el estudio de cinco fuerzas que posee el mercado, en el cual cada una de ellas proporciona una visión y relación de la empresa con su entorno, en el siguiente grafico se ilustran cuáles son estas fuerzas.

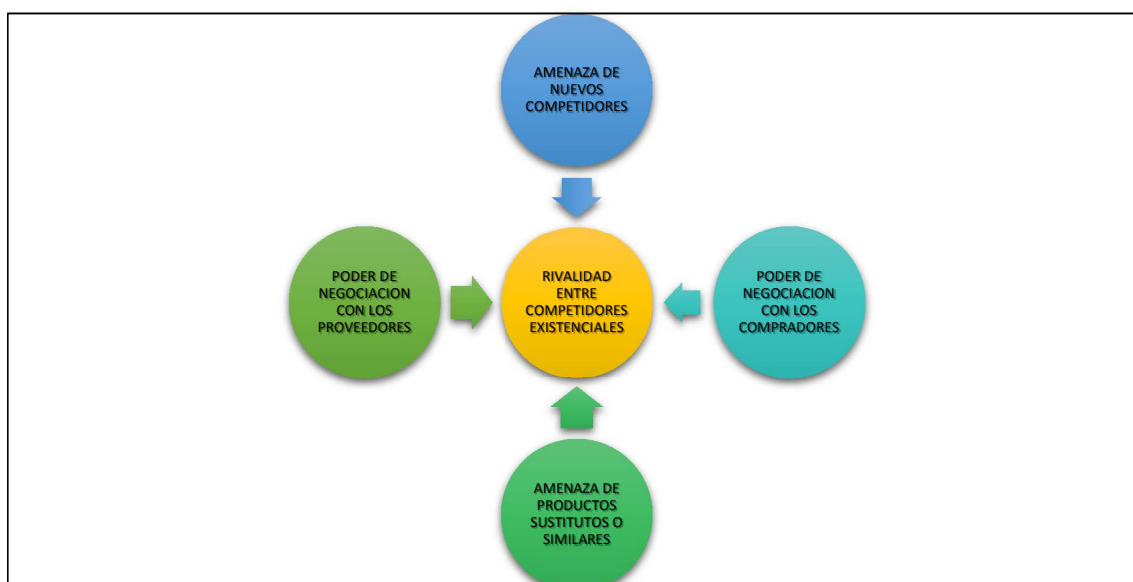


Grafico 12: Análisis competitivo de Michael Porter

Fuente: Administración Estratégica (Thompson, Gamble, & Peteraf, 2012)

Elaborado por: El autor.

El análisis competitivo permitirá realizar una comparación de la empresa con respecto a las fuerzas actuales del mercado, con el objetivo de establecer estrategias mediante el estudio de cada una de estas variables.

3.3.1 Amenaza de nuevos competidores.

El ingreso de nuevos competidores en el mercado abarca un gran número de factores, todo depende de la perspectiva, visión y oportunidades que podamos usar, entre las principales amenazas que podemos encontrar están:

- Reducción del mercado objetivo.
- Reducción de ingresos percibidos
- Imitación del funcionamiento de la empresa
- Mejor perspectiva y desarrollo de nuevas estrategias de acaparamiento de mercado.

Dentro de las oportunidades que podemos aprovechar con el ingreso de nuevos competidores están:

- Propuesta de franquicias
- Analizar e imitar el enfoque y perspectiva que traen
- Proponer y mantener una competencia justa.

En la actualidad la existencia de empresas consolidadas dificulta el ingreso de nuevos competidores, por lo que muchos de ellos solo se limitan a ser una empresa pequeña o producir un producto de forma artesanal.

3.3.2 Amenaza de productos sustitutos o similares.

Los productos sustitutos o similares hacen que la oferta en el mercado sea mucho más amplia, permitiendo al consumidor elegir una gran variedad de productos, limitando y disminuyendo el consumo de nuestro producto.

Dentro de los productos sustitutos se encuentran las harinas que poseen una gran relación con la propuesta, con diferencias como empaque, presentación y precio, factores que pueden pasar a segundo plano siempre y cuando el producto sustituto ofrezca las mismas o similares garantías como calidad, sabor y fácil utilización. Es por ello que dentro de los productos sustitutos se encuentran las harinas fabricadas industrialmente en el país, las harinas importadas y las que son de procedencia artesanal.

3.3.3 Rivalidad entre competidores actuales.

La participación en el mercado muchas veces se dificulta cuando la existencia de competidores es variada y están comprometidos a convertirse en los líderes de la industria, esto limita la aparición de nuevos competidores debido a que ya poseen una imagen ampliamente posicionada, cuenta con experiencia en el mercado, poseen las maquinarias adecuadas para las operaciones y comprenden el tipo de marketing que deben emplear.

El segmento de mercado en el que se trata de introducir Procesadora Manabita actualmente cuenta con marcas fuertemente posicionadas tal como se detallan en el cuadro 3 de posición competitiva, debido que son productoras nacionales y de otros países con amplia variedad de productos y precios competitivos.

3.3.4 Poder de negociación con los proveedores.

Dentro de un segmento de mercado el poder de negociación con los proveedores es un factor altamente competitivo, debido a que se pueden establecer negociaciones que beneficien a ambas partes y obteniendo ciertos privilegios, como costos de materia prima, cantidad distribuida, descuentos y duración de negociaciones.

Así como se presentan oportunidades en las negociaciones con los proveedores, existen factores amenazantes cuando una empresa es nueva, debido a que se puede encontrar con proveedores organizados gremialmente y que puedan imponer condiciones, otra de las amenazas es que puedan observar que la materia prima es la clave para nuestras operaciones y por ende incrementar los costos. Por tales razones es conveniente realizar un completo estudio de los proveedores, afianzar una buena relación comercial y proponer una asociatividad estratégica.

Los proveedores que se encuentran en el mercado pertenecen a la UNA EP (Unión Nacional de Almacenamiento) pertenecientes al estado, por lo que en cierto aspecto se puede establecer negociaciones directas sin intermediarios, la ubicación de estas plantas de almacenamiento o silos está en Babahoyo, Ventanas, Quevedo, en la provincia de Los Ríos; Daule, en Guayas; y Portoviejo, en Manabí.

3.3.5 Poder de negociación con los compradores.

En el mercado el poder de negociación con los compradores proporciona a la empresa una gran ventaja frente a sus competidores, entre las principales ventajas está el acaparamiento de mercado, consolidarse y tener una imagen sólida, mayores ventas del producto y por ende mayores ingresos.

La situación se complica cuando en el mercado existe una gran variedad de productos similares o sustitutos, ya que esto dificulta la negociación con el comprador por lo que tendrá opción a elegir entre varios productos, otro escenario

fuera en el que no exista una gran variedad de productos y que los únicos existentes dominen el mercado, esto limitaría bastante el poder de negociar con el comprador ya que este analizaría la situación que cuenta con el producto actual contra los beneficios que le ofertaría un producto nuevo.

Debido al acaparamiento actual de la industria en la que se pretende incursionar, el poder de negociación con los compradores en bajo, debido a que la empresa propuesta es nueva en el mercado y el comprador aún no conoce las garantías del producto, por lo tanto, el desarrollo de estrategias enfocadas a la entrega de un producto de calidad y las relaciones con el consumidor podrían aportar en el incremento del poder de negociación con los compradores.

3.4. Descripción del producto

El producto es específicamente harina de maíz, el mismo que se obtiene de la molienda del grano seco utilizando varias maquinarias, agregando procesos y suministros hasta tener como producto final una harina precocida.

3.4.1 Características del producto.

Cuadro 2: Características del producto

ANVERSO	PRESENTACIÓN	REVERSO
		

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		CONTENIDO	PRECIO
Tamaño por porción/Porciones por envase aproximado 17			
Cantidad por porción			
Energía (Calorías)/ 461Kj			
Energía de grasas (Calorías)21kj			
% Valor Diario			
Grasa Total	0,5g		
Grasa Saturada	0g		
Ácidos Grasos Trans	0g	500 gr	\$1,00
Ácidos Grasos Monoinsaturados	0g	23 cm x 14 cm	
Ácidos Grasos Poliinsaturados	0g	1000 gr	\$2,00
Colesterol	0mg	27cm x 18 cm	
Sodio	5mg		
Carbohidratos Totales	23gr		
Fibra Dietética	1gr		
Proteína	2g		
*Porcentaje de valores diarios basados en una dieta de 8380kj (2000 calorías).			

Fuente: Molinos Poulthier S.A. Maizabrosa

Elaborado por: El autor

3.5. Análisis comparativos con productos similares

Cuadro 3: Principales Competidores

EMPRESA	PROCEDENCIA	MARCA	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	LUGARES DE EXPENDIO
Molinos Poulthier S.A.	Nacional	Maizabrosa	Harina precocida	500 gr - \$1.30 1 kg - \$2.48	Supermercados Tiendas
Empresas Polar	Venezuela	Harina P.A.N.	Harina Precocida Harina para freír Harina integral	1 kg - \$2.85	Supermercados Tiendas
Harinera del Valle	Colombia	Doñarepa	Harina de maíz blanco Harina de maíz amarillo Harina integral	1 kg - \$2.85	supermercados
Grupo Oriental	Nacional	Maicena	Harina precocida	400 gr- \$1,85 200 gr- \$1,25	Supermercados Tiendas
Molinos Artesanales	Nacional	Sin marca	Harina de maíz	Generalmente sacos de 45.5 kg, precio oscila entre \$0.85- \$1.25	Tiendas Mercados pequeños

Fuente: Estudio de factibilidad financiera para la instalación de una planta modelo procesadora de harina precocida de maíz para consumo humano en Ecuador 2016.

Elaborado por: El autor.

Dentro del mercado de harina de maíz se identifican los principales competidores, cada uno de ellos con la variedad que ofertan y los lugares de comercialización. en el mercado el segmento de harinas de trigo representa una competencia indirecta, ya que motivan al consumidor a adquirir su producto, de esta forma el segmento de harinas de maíz se ve reducido.

Tabla 16: Matriz de perfil competitivo

FACTORES CRITICOS PARA EL EXITO		Molinos Poulter S.A. Maizabrosa		Empresas Polar Harina P.A.N.		Harinera del Valle Doñarepa		Grupo Oriental Maicena		Molinos Artesanales Sin marca	
VARIABLES	P	C	P.P	C	P.P	C	P.P	C	P.P	C	P.P
Calidad del producto	0,2	3	0.6	4	0.8	4	0.8	4	0.8	2	0.4
Competitividad en precios	0,2	3	0.6	4	0.8	4	0.8	4	0.8	2	0.4
Presentación de productos	0.12	2	0.24	4	0.48	4	0.48	4	0.48	1	0.12
Participación en el mercado	0.18	4	0.72	3	0.54	1	0.18	2	0.36	2	0.36
Lealtad del cliente	0.12	4	0.48	2	0.24	2	0.24	2	0.24	2	0.24
Publicidad	0.18	3	0.54	2	0.36	1	0.18	1	0.18	1	0.18
TOTAL	1	3.18		3.22		2.68		2.86		1.7	

Fuente: Estudio de factibilidad financiera para la instalación de una planta modelo procesadora de harina precocida de maíz para consumo humano en Ecuador 2016.

Elaborado por: El autor.

Cuadro 4: Posición competitiva

EMPRESA	PUNTUACIÓN	POSICIÓN COMPETITIVA
Empresas Polar Harina P.A.N.	3.22	Muy fuerte
Molinos Poulitier S.A. Maizabrosa	3.18	Fuerte
Grupo Oriental Maicena	2.86	Moderada
Harinera del Valle Doñarepa	2.68	Considerable
Molinos Artesanales Sin marca	1.7	Débil

Fuente: Estudio de factibilidad financiera para la instalación de una planta modelo procesadora de harina precocida de maíz para consumo humano en Ecuador 2016.

Elaborado por: El autor.

A través del estudio de los diferentes competidores en el sector de harinas de maíz, se observa en el cuadro 3 sobre la posición competitiva que la principal competencia en el mercado es Harina P.A.N. de Empresas Polar, debido a que es una empresa sólida, posee una amplia comprensión del mercado y una gran variedad de productos para la satisfacción de sus diferentes consumidores. Otra de los principales competidores es Maizabrosa, a pesar que no posea una gran variedad de productos, se ha podido consolidar y obtener una gran participación en el mercado. Por lo que se observa que para ingresar en el mercado el producto debe ser de altos estándares de calidad y poseer un precio relativamente competitivo, todo ello del acompañamiento de una campaña publicitaria efectiva.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad productiva con la que cuenta una empresa, tomando en consideración los diferentes acontecimientos e imprevistos que suelen aparecer al momento de la producción, es así que se tiene dentro del proyecto una capacidad nominal y una capacidad teórica.

4.1.1 Capacidad Nominal.

La capacidad nominal corresponde a la capacidad real y productiva que tiene la planta procesadora con respecto al mercado, dicha capacidad comprende diversos aspectos como la demanda insatisfecha derivada del estudio de mercado, los imprevistos dentro de las actividades productivas, tales como mantenimiento de maquinarias, feriados laborales, daños o averías y demás acontecimientos que irrumpen el proceso productivo. Por conceptos de acaparamiento de mercado la planta procesadora funcionara al 15,50% de su capacidad real y se contemplaran aspectos de afectación e interrupción del proceso productivo.

Cuadro 5: Variables de afectación

VARIABLES	DIAS DE AFECTACIÓN
Días feriados	7
Mantenimiento y reparación de equipos	5
Inconvenientes con el personal	4
Inconvenientes con servicios básicos	3
Retrasos de materia prima	2
TOTAL DIAS	21

Fuente: Feriados Ecuador 2019

Elaborado por: El autor.

Según el cuadro 4 la capacidad nominal estaría afectada por veintiún (21) días, que corresponden a nueve (9) días feriados, de los cuales hemos tomado siete, mantenimientos y reparaciones no planificadas 5, inconvenientes con el personal y

con los servicios básicos 4 y 3 respectivamente, así como también los posibles retrasos en las materias primas considerando 2.

4.1.2 Capacidad Teórica.

La capacidad teórica corresponde a la capacidad productiva e instalada para realizar las operaciones de producción, dicha capacidad debe responder a la capacidad nominal ya que ésta debe ser superior para responder a futuros imprevistos.

La planta procesadora en su máxima capacidad productiva y con todas las maquinarias instaladas, cuenta con una capacidad productiva de 863774 kg de harina al año.

Para la identificación del porcentaje afectación en la producción se procese a calcular un porcentaje de variación derivado de los días calculados en el cuadro 5 de variables de afectación.

$$\frac{\text{Días de afectación}}{\text{Días de trabajo anual}} = \text{Porcentaje de afectación}$$

$$\frac{21 \text{ días}}{360 \text{ días}} = 0,05833 * 100\% = 5,83\%$$

De acuerdo a los cálculos realizados se observa que el porcentaje de afectación corresponde al 5,83% anual.

4.2. Localización del proyecto

La localización del proyecto consiste en el estudio y análisis de las fuerzas locacionales que intervienen en la ubicación de una empresa, dichas fuerzas deben ser analizadas con el objetivo de obtener los máximos beneficios con los mínimos costos. Para el análisis la localización del proyecto se divide en macrolocalización y microlocalización.

4.2.1 Maco localización.

La macrolocalización consiste en identificar la zona general en donde se ubica la planta, tomando en consideración los diversos aspectos que diferencian a un lugar de otro, es por ello que se realiza una matriz de macrolocalización identificando las diversas variables que podrían ser positivas o negativas para el negocio.

La provincia escogida para la ubicación de la planta es Manabí, siendo la tercera provincia con más habitantes en el país y es el segundo productor de maíz según cifras del (INEC, 2016), para el análisis se escogieron los cantones de Manta Portoviejo y Chone.

Tabla 17: Factores macrolocalizacionales

FACTORES LOCALIZACIONES	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	MANTA		PORTOVIEJO		CHONE	
			CALF.	POND.	CALF.	POND.	CALF.	POND.
FL1. Localización del mercado	10	19,6%	8	1,57	10	1,96	7	1,37
FL2. Disponibilidad y costos de materias primas	9	17,6%	7	1,24	9	1,59	8	1,41
FL3. Facilidad y costos de transporte	9	17,6%	9	1,59	9	1,59	8	1,41
FL4. Facilidades de distribución	8	15,7%	7	1,10	8	1,25	7	1,10
FL5 Disponibilidad, características topográficas y costos de terreno	8	15,7%	6	0,94	7	1,10	8	1,25
FL6. Condiciones de vida	7	13,7%	7	0,96	7	0,96	6	0,82
TOTAL	51	100,00%		7,39		8,45		7,37

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

Según la tabla 17 sobre los factores macrolocalizacionales se observa que el cantón Portoviejo posee una ventaja frente a los cantones de Manta y Chone, siendo superior en los factores localizacionales de:

FL1. Localización del mercado: La investigación de mercado toma como referencia al cantón Portoviejo, siendo este el mercado al que se proyecta la empresa, por tal razón Portoviejo posee una puntuación favorable con respecto a este factor, ya que la ubicación y el mercado estarán en el mismo cantón.

FL2. Disponibilidad y costos de materias primas: La disponibilidad y los costos de materias primas es un factor importante para toda empresa, por tal razón Portoviejo posee una puntuación favorable en este factor, ya que la planta de almacenamiento se encuentra en esta ciudad y evita los costos de traslado evitando incrementos en costos de producción.

FL4. Facilidades de distribución: Al estar ubicada la planta procesadora en la ciudad de Portoviejo, permitirá una mejor distribución del producto, ya que se evitará traer el producto desde otro cantón.

FL.5 Disponibilidad, características topográficas y costos de terreno: Portoviejo permite acceder a terrenos cercanos de la materia prima, servicios básicos, superficies planas y vías de acceso para recibir y enviar mercancías. Con relación a los costos los terrenos dependiendo la ubicación se presentan más económicos que Manta, pero relativamente un poco más costosos que Chone.

4.2.2 Micro localización.

El análisis micro permite observar el entorno de la planta de una forma más específica, identificando las fuerzas microlocacionales, definiendo de forma precisa cual será la ubicación. Por tal razón se analizan tres posibles sectores del cantón Portoviejo para la ubicación de la planta, estos sectores son: Ciudadela San Gregorio, Ciudadela Municipal y Sector de la Cámara de Comercio.

Tabla 18: Factores microlocalizacionales

FACTORES LOCALIZACIONES	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CIUDADELA SAN GREGORIO		CIUDADELA MUNICIPAL		SECTOR CÁMARA DE COMERCIO	
			CALF.	POND.	CALF.	POND.	CALF.	POND.
FL1. Localización urbana, suburbana y rural	8	15,7%	8	1,25	6	0,94	7	1,10
FL2. Costos de terreno	10	19,6%	6	1,18	10	1,96	8	1,57
FL3. Transporte del personal	8	15,7%	7	1,10	6	0,94	7	1,10
FL4. Impuestos	9	17,6%	7	1,24	8	1,41	8	1,41
FL5. Tamaño y forma del sitio	8	15,7%	8	1,25	7	1,10	8	1,25
FL6. Disponibilidad de Restaurantes	7	13,7%	7	0,96	6	0,82	7	0,96
TOTAL	50	98,04%		6,98		7,18		7,39

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

De acuerdo a la tabla 18 con respecto a los factores microlocalizacionales, se observa que la ubicación más apropiada para la planta es la que se encuentra en el sector de la cámara de comercio, esta ubicación posee una ventaja relativa frente a los otros sectores comparados, los factores locacionales analizados presentan una ventaja frente a un sector, pero se vuelve desventaja con respecto a otro.

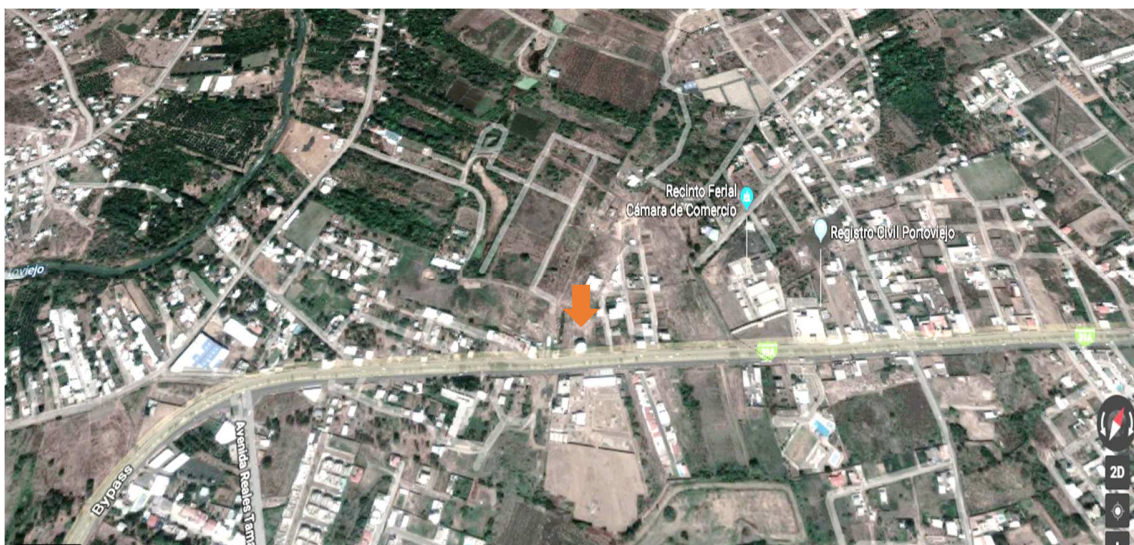


Ilustración 3: Ubicación de la planta

Fuente: <https://www.google.com/maps/@-1.0349549,-0.4760444,1145a,35y,328.4h,44.58t/data=!3m1!1e3>

En la ilustración 3 se puede observar la ubicación de la planta procesadora, la misma que cuenta con vías de acceso, fácil conexión a servicios básicos, el terreno es propicio debido a su topografía y extensión, el terreno posee un valor predial promedio con respecto a las otras zonas analizadas.

4.3. Análisis del producto

El análisis del producto permite identificar la composición y la cantidad de los materiales e insumos necesarios para el producto, cuya finalidad se encuentra en la determinación de los costos unitarios y totales de producción.

Para la determinación de los costos de materia prima e insumos se elaboró una lista de materiales, compuesta para la producción de una semana, tomando como referencia la capacidad teórica, dichos valores se encuentran en la tabla 18.

Tabla 19: Lista de materias primas y materiales para 1kg.

NO.	MATERIA PRIMA	DIMENSIONES	CANTIDAD	% DESPERDICIO	COST. UNIT.	COST. TOT.
1	Maíz	KG	7363,69	0,25	0,34	2475,67
2	Multivitamínicos	KG	5,74	0,0345	1,01	5,79
3	Goma xantana	KG	61,46	0,0015	22,00	1352,03
MATERIALES						
4	funda	unidad	6286	2,43	0,04	251,42
5	cajas de cartón	unidad	551	7,69	0,85	468,09
6	cinta	unidad	5	0	1,5	7,50
7	Sacos	unidad	170	15,65	0,2	34,00
UNIDADES PRODUCIDAS		6136			TOTAL	4594,49

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

Según las tablas 19 y 20 muestran las materias primas y demás materiales para la producción de 11808 kg, cantidad que comprende a la producción de un mes en las presentaciones de 500 gr y 1 kg, la cantidad de unidades a producir en 500 gr será 11808 unidades y en la presentación de 1 kg será 5904 unidades. Según cifras del (MAGAP, 2019) el precio del maíz para el presente año es de \$15,25 por quintal, otra de las materias primas son los componentes multivitamínicos que de acuerdo a su valor en el mercado es de \$25,20 la funda de 25 kg y los cuales se especifican en la tabla 18. Para la producción se consideró la utilización de la goma xantana como reemplazante del gluten y que de acuerdo al precio del mercado se encuentra en \$22,00 el kilogramo.

Tabla 20: Lista de materias primas y materiales para 500 gr

NO.	MATERIA PRIMA	DIMENSIONES	CANTIDAD	% DESPERDICIO	COST. UNIT.	COST. TOT.
1	Maíz	KG	7363,69	0,25	0,34	2475,67
2	Multivitamínicos	KG	5,74	0,0345	1,01	5,79
3	Goma xantana	KG	61,46	0,0015	22,00	1352,03
MATERIALES						
4	funda	unidad	12571	2,43	0,03	377,13
5	cajas de cartón	unidad	551	7,69	0,85	468,09
6	cinta	unidad	5	0	1,50	7,50
7	Sacos	unidad	170	15,65	0,20	34,00
UNIDADES PRODUCIDAS		12273			TOTAL	4720,20

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

Los precios de los rollos de funda para el empaquetado automático varían dependiendo el tamaño del empaque, para el empaquetado de 500 gr el rollo de aproximadamente 2000 fundas tiene un precio de \$57,23 y cuya utilización esta entre los 6 rollos, y para el empaque de 1 kg con un rollo de 2000 fundas tiene un precio de \$70,78 del cual es necesario aproximadamente 3 rollos para la producción de un mes.

Según (NARRES, DHULDHOYA, & COLLOIDS, 2011) en su investigación titulada La goma xantana en la industria alimentaria destaca que el uso de este componente de origen vegetal está ganando bastante terreno frente a la utilización del gluten, ya que su uso abarca bebidas, salsas y aderezos, lácteos, productos de panadería, jarabes y coberturas, dicha utilización se deriva en espesante, estabilizante y emulsionante, por tal razón su utilización es fundamental para la producción ya que permitirá entregar un producto libre de gluten, regulando niveles de azúcar y colesterol en el consumidor.

El artículo menciona que el uso recomendado de este ingrediente es de 10 gr por cada kg de harina de maíz, otro aspecto importante de la utilización de este componente son los mínimos efectos secundarios, ya que puede provocar gases y distensión abdominal en consumidores con estómagos altamente sensibles. El objetivo de la utilización de este componente es brindar esponjosidad, consistencia y elasticidad, propias del gluten.

Tabla 21: Niveles de nutrientes en ml/kg

COMPOSICIÓN DE MULTIVITAMINICO	NIVEL MIMIMO	NIVEL RECOMENDADO	NIVEL MAXIMO
TIAMINA	4,00	5,00	8,00
RIBOFLAVINA	2,40	3,00	5,00
NIACINA	28,00	35,00	45,00
ACIDO FOLICO	0,40	0,50	0,80
HIERRO	24,00	30,00	40,00
ZINC	16,00	20,00	26,00
TOTAL	74,80	93,50	124,80

Fuente: Adición de vitaminas y minerales en harinas de maíz y trigo en Mexico

Elaborado por: El autor.

La tabla 21 muestra los principales componentes vitamínicos y las cantidades que deben estar presentes para el enriquecimiento de harinas de maíz como lo demuestra el artículo de (ROSADO, CAMACHO, & BOURGES, 2007) referente a la adición de vitaminas y minerales en harinas de maíz y de trigo en Mexico, por tal razón se utilizó los niveles recomendados de 93,50 ml de componentes multivitamínicos para la producción de un kilogramo de harina de maíz.

4.4. Proceso Productivo

El proceso productivo es el conjunto de actividades en el cual intervienen maquinas, equipos, procesos, mano de obra y demás factores necesarios para llegar a la elaboración de un producto o servicio, tomando en consideración que cada una de las actividades o procesos van agregando valor en cada uno de ellos, hasta llegar a un producto terminado.

Según (GONZALES , AVILA, & GILL, 2016) La producción de harina de maíz conlleva diversos procesos productivos, entre los cuales se detallan a continuación:

Limpieza: Este proceso consiste en la separación del grano de maíz de las demás impurezas como pedazos de tallos, porciones de espigas, piedras o tierra, la máquina que realiza esta labor es una Criba, cuya capacidad de limpieza es de 3 toneladas por hora.

Acondicionamiento o Atemperado: El objetivo de este proceso consiste en la distribución uniforme de la humedad del maíz, para que este alcance un resultado óptimo al momento de la molienda, la humedad contenida en el maíz debe estar entre 18 a 27%. La máquina necesaria para este proceso es el sistema continuo de acondicionamiento, cuya capacidad es de 600 kg por hora.

Desgerminación: Los métodos utilizados para la desgerminación se basan en efectos de impactos, centrifugación y mesas densimétricas. El equipo utilizado para este proceso son los conos giratorios, cuyo nombre es Beall de capacidad de 300 kg por hora.

Separación y enfriamiento: El producto que sale del desgerminador llega a este punto para la separación del germen y el endospermo, posterior se somete a un enfriamiento al aire libre. La máquina que realiza esta labor son las mesas densimétricas, cuya capacidad es de 1t/hora.

Cocción: En esta etapa los grits de maíz provenientes del proceso de separación entran en un proceso de gelatinización a 60-70c°, cuyo objetivo es la absorción de humedad en las partes blandas de los gránulos.

Secado: En este proceso las hojuelas de maíz vienen con una humedad de 22%, es por ello que se efectúa un secado a temperaturas de 140c° para obtener hojuelas de maíz con una humedad de 13,5%, cuyo proceso es efectuado por un túnel con cintas rotatorias para aplicar calor uniforme a las hojuelas. La máquina necesaria para esta función es la secadora de maíz, cuya capacidad es de 4t por hora.

Molienda: Este proceso consiste en someter a las hojuelas de maíz a 3 diversas que son trituración, cernido y purificación, las máquinas que realizan estas etapas se conoce como plansichter cuya capacidad es de 700 kg/hora y purificadora con capacidad de 800 kg/hora.

- ✓ **Trituración:** Consiste en enviar las hojuelas de maíz a cilindros giratorios donde estos provocan un desgarramiento de la hojuela, pasando por espacios tan reducidos y convirtiendo la hojuela en harina.
- ✓ **Cernido:** Una vez que se produce la etapa de trituración esta harina pasa por lo cernidores centrífugos, separando la harina de la sémola, dicha sémola vuelve a trituración hasta convertirse en harina.
- ✓ **Purificación:** En esta etapa la sémola y harina posee diversos tamaños, es ahí donde se separan y se purifican de forma individual, el objetivo es aplicar corrientes de aire para sacar el polvo de harina adherida y cualquier tipo de afrecho.

Mezcla: En este proceso se lleva a cabo la mezcla de la harina con los suplementos multivitamínicos, se hace a través de la maquina mezcladora para obtener una homogeneización entre ambos componentes, la capacidad de esta máquina es de 400 kg por hora.

Empaquetado: Concluido los procesos anteriores se procede a envasar el producto utilizando una envasadora cuya capacidad es de 70 bolsas por minuto, en las presentaciones de 500 gr y 1 kg.

4.5. Listado de máquinas, equipos y herramientas

En la tabla 21 se detallan las máquinas y demás equipos que intervienen en el proceso productivo necesarios para la producción de harina de maíz.

Tabla 22: Lista de máquinas, equipos y herramientas

NO.	MÁQUINA	CAPACIDAD	COSTO	DIMENSIONES		PROVEEDOR
				LARGO,	PROFUNDIDAD Y ALTURA	
1	CRIBA	3T/HORA	\$2200,00	3,97 M*	1,80M*2,75M	SUNCHON MACHINERY
2	SISTEMA CONTINUO DE ACONDICIONAMIENTO	600Kg/HORA	\$2800,00	2,84M*	1,67M*1,24M	ZACCARIA
3	DESGERMINADORA	300Kg/HORA	\$1000,00	2,20M*	2,5M*1,20M	SUNCHON MACHINERY
4	MESAS DENSIMÉTRICAS	1T/HORA	\$2100,00	1,50M*	1,25M*1,90M	SUNCHON MACHINERY
5	SEPARADOR DE SUCCION	1T/HORA	\$800,00	1,50M*	1,90M*2,5M	SUNCHON MACHINERY
6	PLANSICHTER	4T/H	\$5000,00	2,0M*	1,5M*5,0M	SUNCHON MACHINERY
7	PURIFICADOR	800Kg/HORA	\$5600,00	2190x1085x1510mm		SUNCHON MACHINERY
8	MEZCLADORA	400Kg/HORA	\$900,00	400*	400*1030 MM	SUNCHON MACHINERY
9	ENVASADORA	70 B/MINUT.	\$15000,00	1200x820x1290 MM		SUNCHON MACHINERY
TOTAL			\$35400,00			

Fuente: Alibaba.com

Elaborado por: El autor.

4.6. Diagrama de procesos

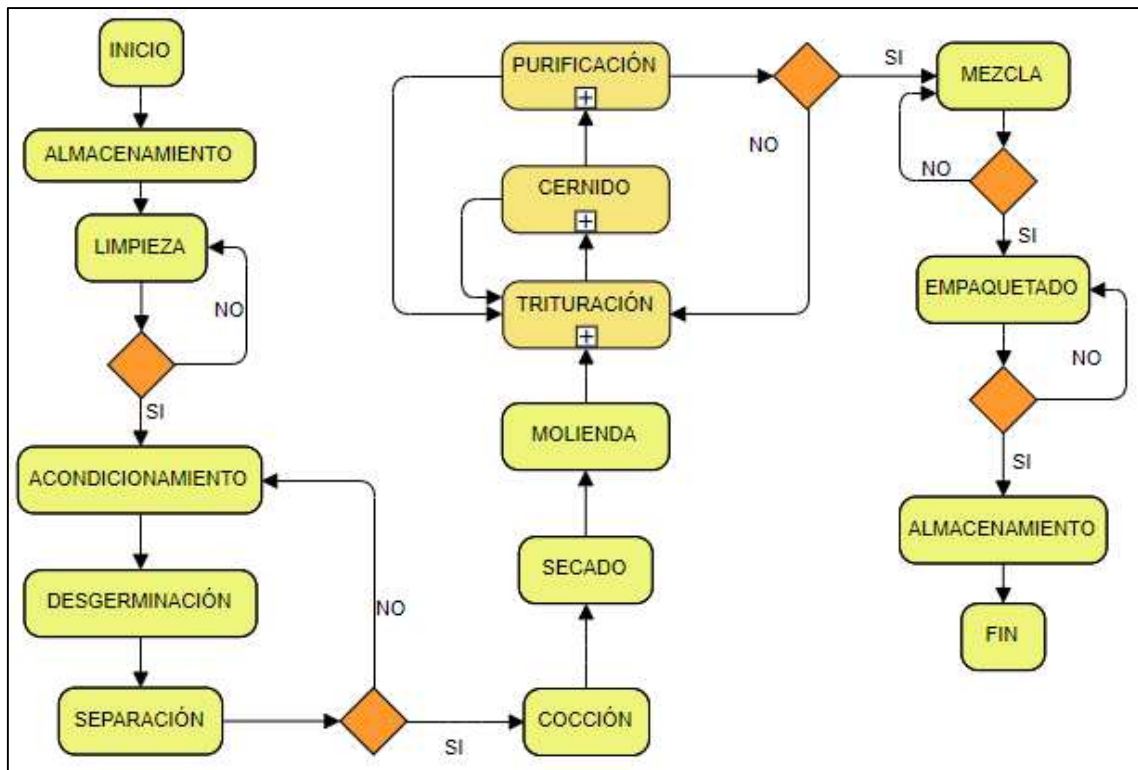


Ilustración 4: Diagrama de Procesos

Fuente: [https://online.visual-](https://online.visual-paradigm.com/es/w/bkclynhh/diagrams.jsp#diagram:proj=0&type=BusinessProcessDiagram)

[paradigm.com/es/w/bkclynhh/diagrams.jsp#diagram:proj=0&type=BusinessProcessDiagram](https://online.visual-paradigm.com/es/w/bkclynhh/diagrams.jsp#diagram:proj=0&type=BusinessProcessDiagram)

Elaborado por: El autor.

4.5.1 Descripción del diagrama de procesos.

El diagrama de procesos es un conjunto de figuras que representan un sin número de actividades, procesos, decisiones y demás simbologías necesarias para identificar el acontecimiento. El diagrama utilizado para la representación de los diferentes procesos que se llevan a cabo entorno a la producción de harina de maíz están basados en los estándares ANSI.

Dentro del diagrama de procesos encontramos las siguientes actividades:

Almacenamiento: El proceso productivo inicia con el almacenamiento de las materias primas en sacos de quintal, con el objetivo que estas se encuentren disponibles al momento de empezar la producción.

Limpieza: El grano de maíz posee diversas impurezas y por lo cual es necesario realizar un proceso de limpieza que consiste en la separación del grano de los diferentes desechos como piedras, espigas, tallos y demás impurezas que puedan ocasionar inconvenientes en la elaboración de la harina o causar daños en alguna de las máquinas.

Acondicionamiento: Antes de ejecutar este proceso se realiza una inspección e identificación de las condiciones del grano, si el grano posee impurezas se devuelve al proceso anterior; si no posee impurezas se ejecuta este proceso para propiciar al grano de la humedad necesaria para que se realice el siguiente proceso.

Desgerminación: Este proceso se basa en la rotación de los granos de maíz a través de los conos giratorios con temperatura elevada para producir una previa separación del germen y endospermo.

Separación y Enfriamiento: En este punto las mesas densimétricas producen una separación del germen y el endospermo, con el objetivo que el endospermo o el material que contiene la haría vaya libre para cocción.

Cocción: Antes de ingresar a cocción se analizan los grits de maíz para que no tengan ni un germen, caso contrario se devuelven a acondicionamiento, si los grits solo tienen el endospermo se realiza el proceso de cocción.

Secado: Los grits de maíz son secados a una temperatura de 140°C para que se encuentren en una humedad de 13%, con el fin que se encuentre en una temperatura óptima para el proceso de molienda.

Molienda: Una vez que los grits de maíz se encuentran en 13% de humedad inicia el proceso de molienda, el cual está conformado por tres sub procesos, los cuales son triturado, cernido y purificado.

- **Triturado:** Este proceso consiste en descomponer los grits de maíz hasta convertirlos en harina, dentro de este proceso el triturado queda en diversos tamaños y se envía al siguiente sub proceso.

- **Cernido:** Consiste en cernir el triturado para obtener la harina de maíz, la sémola restante vuelve al proceso de trituración hasta convertirse en harina.
- **Purificación:** La aplicación de aire en este proceso separa la harina de maíz de los demás afrechos, aun en este proceso la harina contiene sémolas y son enviadas al sub proceso de trituración.

Mezcla: En este proceso se hace una revisión de la harina proveniente del sub proceso de purificación, identificando la densidad de la harina, en el caso que aun queden grumos o sémolas son enviadas nuevamente al proceso de trituración, ya que el objetivo es tener una harina sin grumos para poder mezclarla con el componente vitamínico.

Empaquetado: Antes de iniciar el proceso de empaquetado la harina es analizada para identificar la consistencia de la misma, descartando grumos y mezcla no homogénea, de ser el caso y encontrar estas situaciones la harina se regresa al proceso anterior. Una vez que se tiene una mezcla homogénea y libre de impurezas la harina es envasada en presentaciones de 500 gr y 1 kg.

Almacenamiento: El producto antes de ser almacenado pasa por revisión para garantizar un producto con estándares de calidad, en el caso de encontrar inconvenientes con el sellado del empaque, este se devuelve al proceso anterior. Una vez que se identifica que el producto posee las características establecidas de producción, el producto es almacenado en cajas con apilación de 5x5.

4.7. Descripción de la planta

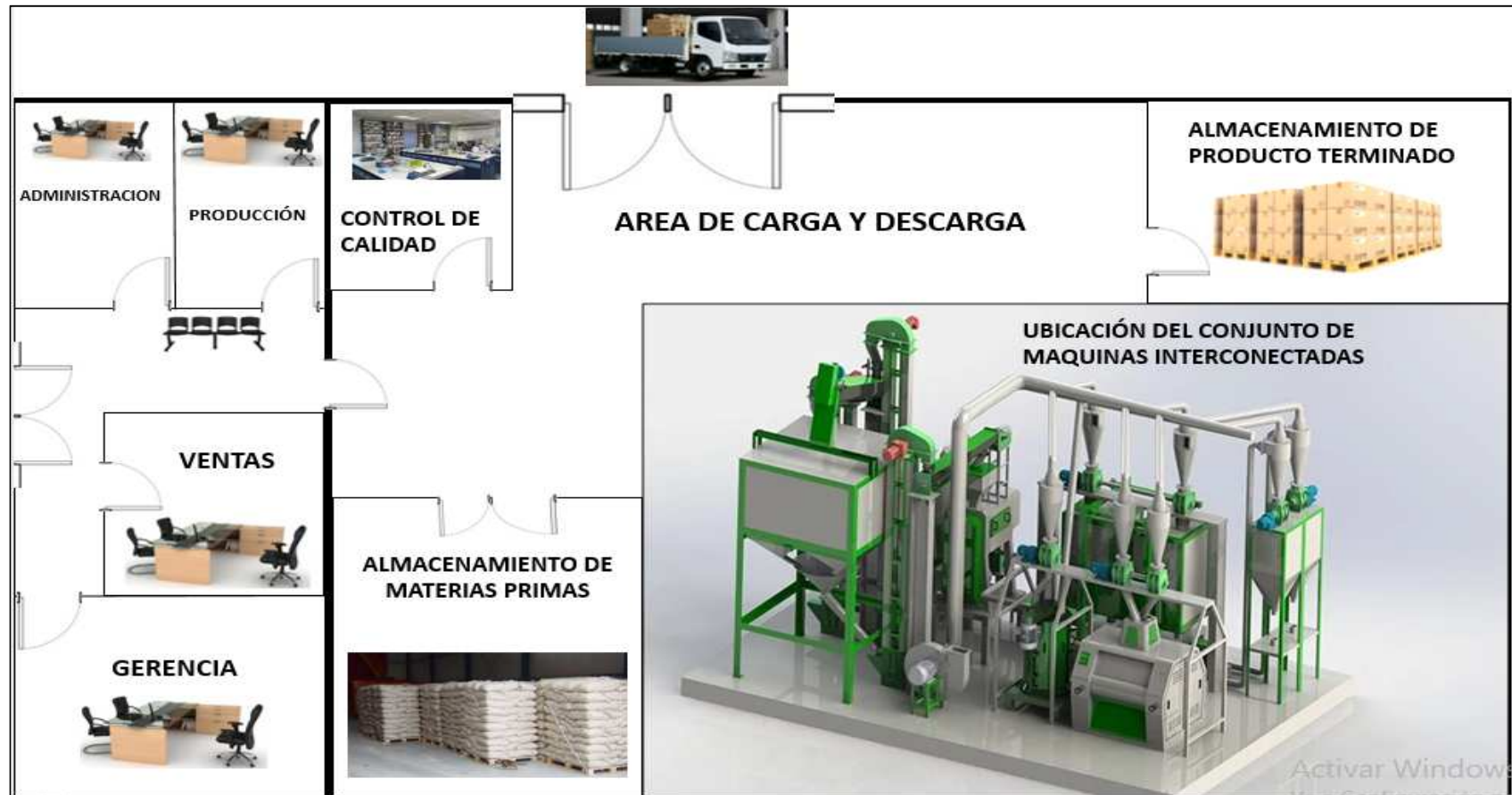


Ilustración 5: Descripción de la planta

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

4.8. Listado de los proveedores

Cuadro 6: Lista de proveedores

PROVEEDOR	PRODUCTO	CONTACTO	CIUDAD
UNA	Maíz		Portoviejo
CODAN	Multivitamínicos	023931500	Quito
COMPROMISO GRANOTEC	Goma Xantana	042658000	Quito
PLASTIEMPAQUES	Fundas	042800225	Guayaquil
CARTOPEL	Cajas de Cartón	072860600	
SACOS GALLARDO	Sacos	022573520	Portoviejo
SUNCHON MACHINERY	Máquinas		China

Elaborado por: El autor

CAPITULO V

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1. Organigrama estructural y funcional

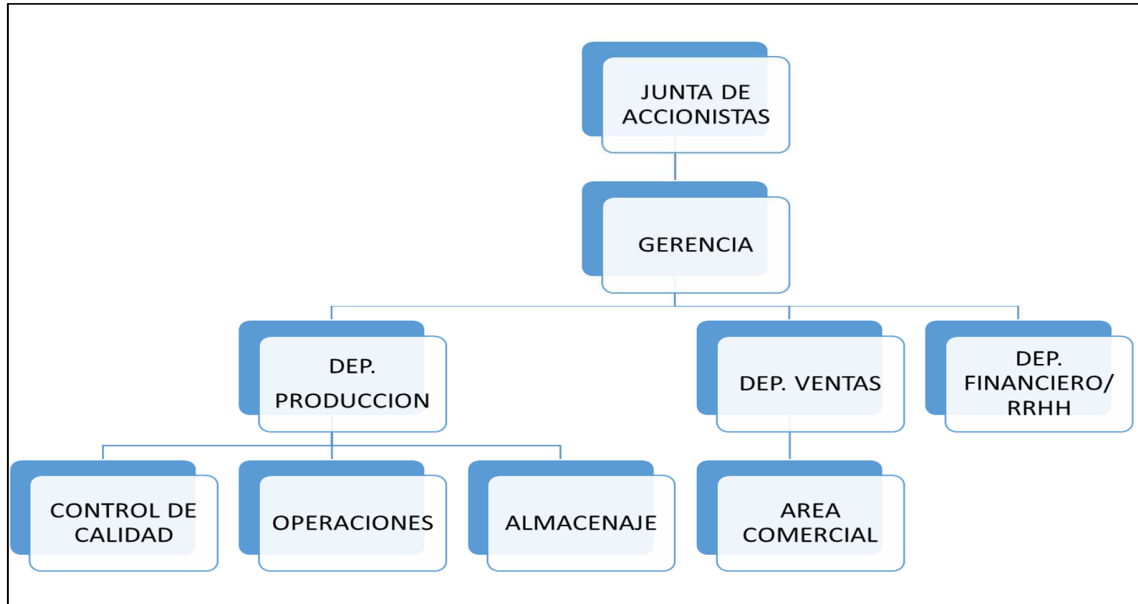


Gráfico 13: Diagrama Estructural

Fuente: Gestión del Talento Humano (Chiavenato, 2009)

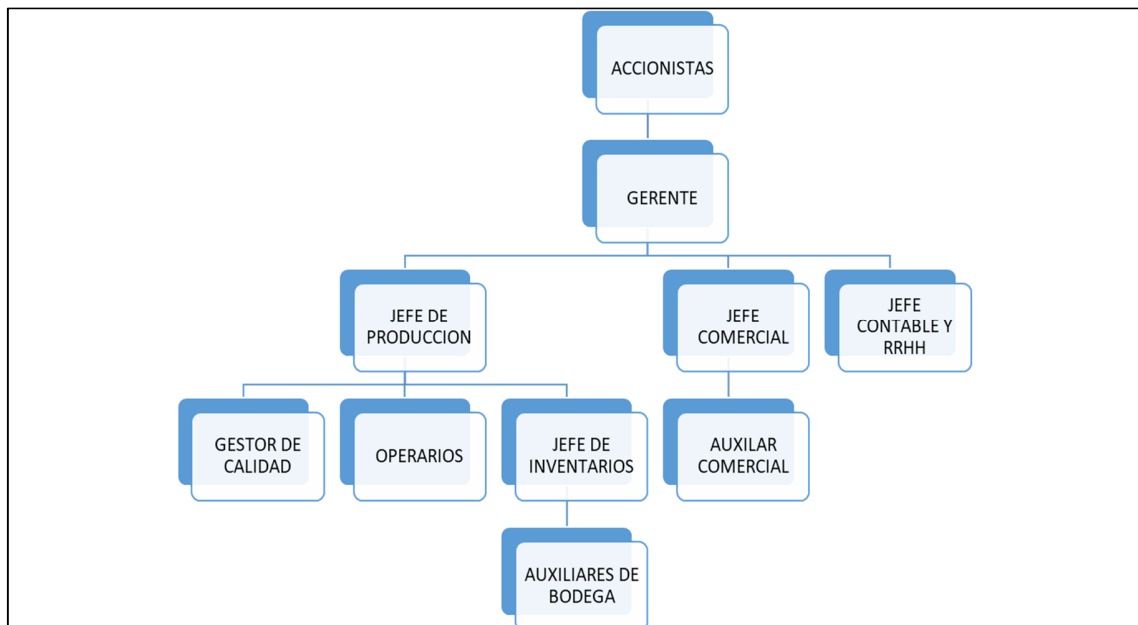


Gráfico 14: Diagrama Funcional

Fuente: Gestión del Talento Humano (Chiavenato, 2009)

4.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona

Cuadro 7: Descripción de responsabilidades

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Gerente
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Gerencia General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Accionistas o Propietario
SUPERVISAR A:	Todos los jefes departamentales
DESCRIPCION DEL PUESTO: Ing. Comercial o afines	
Ejecutar el proceso administrativo en cada una de las actividades económicas, mercantiles, financieras o de talento humano, y encaminadas al desempeño y desarrollo de las estrategias y objetivos de la empresa.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa. • Administrar los recursos de forma que se cumplan los objetivos. • Prever la evolución del mercado. • Evaluar e identificar la creación de nuevos productos o servicios. • Autorizar solicitudes de permisos y extensión de horario laboral. • Mantenerse al tanto de la situación interna de la empresa. 	

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Jefe de Producción
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. Operaciones
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUPERVISAR A:	Personal de producción
DESCRIPCION DEL PUESTO: Ing. Industrial o alimenticio	
Asegurar el correcto funcionamiento del área de producción, supervisando al personal a cargo y establecer metas alineadas a la estrategia de la empresa, asegurando la producción planificada.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y desarrollar un plan de producción. • Supervisar el correcto funcionamiento de los operarios y de las maquinarias. • Garantizar los altos estándares del producto. 	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Gestor de calidad
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. de producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Jefe de producción
DESCRIPCION DEL PUESTO: Ing. Industrial o Alimenticio	
Supervisar cada una de las etapas de producción a fin de garantizar un producto de calidad.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de los procesos productivos. • Realización de análisis comparativos para identificar el parámetro de calidad • Cumplir con los parámetros y normas de calidad del producto. • Aprobar el cumplimiento del producto terminado con los estándares industriales para la venta del público. 	

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Operarios
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. de Operaciones
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Jefe de Producción
DESCRIPCION DEL PUESTO: Bachilleres	
Realizar las operaciones encargadas entorno a la materia prima, maquinarias, y limpieza del área de trabajo.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las actividades de carga y descarga de materias primas y productos. • Estivación de la materia prima en las maquinarias. • Revisión de cada uno de los procesos productivos. • Empaquetamiento y almacenamiento del producto. 	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Jefe de inventarios
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. de producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Jefe de producción
SUPERVISAR A:	Auxiliar de bodega
DESCRIPCION DEL PUESTO: Bachiller con experiencia	
Mantener un control oportuno de las entradas y salidas de cada una de las materias primas y productos de la empresa.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar controles periódicos de las cantidades existentes de materias primas, productos en proceso y almacenados. • Registro de cada una de las entradas y salidas de mercancías. • Control diario de unidades producidas. • Prever las utilidades de materias primas. 	

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Auxiliar de bodega
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. de Operaciones
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Jefe de Inventarios
DESCRIPCION DEL PUESTO: Bachiller	
Colaboración dentro de las bodegas mantener las mercancías en orden y soporte en las actividades de despacho.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Estivar mercancías. • Recepción de mercancías. • Orden de mercancías • Limpieza de lugar de trabajo. • Soporte a diversas actividades requeridas. 	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Jefe Comercial
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. de Ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUPERVISAR A:	Auxiliar comercial
DESCRIPCION DEL PUESTO: Economista o Ing. Comercial	
Supervisión de las actividades de comercialización y de marketing, así como también el establecimiento del plan anual de ventas.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el plan anual de ventas. • Coordinación de diversas actividades enfocados al cumplimiento de objetivos. • Realización de reportes de ventas. • Supervisión del personal a su cargo. • Desarrollar estrategias de cooperación comercial. 	

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Auxiliar Comercial
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. de Ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Jefe Comercial
DESCRIPCION DEL PUESTO: Bachiller	
Realizar las actividades comerciales relacionadas al asesoramiento y cobros de la venta del producto.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cobro de dinero. • Conciliaciones bancarias. • Reportes de ventas. • Detalle de cada uno de los proveedores. 	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Jefe Administrativo
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Dep. Administrativo
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
DESCRIPCION DEL PUESTO:	
Tener la capacidad y honestidad para realizar todas las actividades económicas, financieras y de recursos humanos de la empresa.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los registros y operaciones financieras de la empresa. • Elaborar los balances financieros y presentar a los organismos de control. • Elaboración del presupuesto. • Elaboración de comprobantes de retención, facturas, cheques y pago a proveedores. • Coordinar las gestiones de apertura de cuentas, autorizaciones de débito y otros trámites bancarios. • Revisar la nómina de pago y envío de los mismos al jefe de TT.HH. 	

Fuente: Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de un tipo de harina a base de canguil en el sector norte de la ciudad de Guayaquil 2016.

Elaborado por: El autor

4.3. Previsión de Talento Humano

Tabla 23: Previsión de recursos humanos

CARGO	CANT.	SUELDO	TOTAL SUELDOS	DEC. TERCERO	F. DE RESERVA	DEC. CUARTO	VACAC.	A. PATRONAL	A. PERSONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
PRODUCCION											
GESTOR DE CALIDAD	1	500,00	500,00	41,67	41,67	32,83	20,83	55,75	47,25	645,50	7746,00
OPERARIOS	4	394,00	1576,00	131,33	131,33	164,17	65,67	175,72	148,93	2095,29	25143,50
JEFE DE PRODUCCIÓN	1	600,00	600,00	50,00	50,00	32,83	25,00	66,90	56,70	768,03	9216,40
JEFE DE INVENTARIOS	1	600,00	600,00	50,00	50,00	32,83	25,00	66,90	56,70	768,03	9216,40
TOTAL	7	2094,00	3276,00	273,00	273,00	262,67	136,50	365,27	309,58	4276,86	51322,30
ADM. Y VENTAS											
GERENTE	1	800,00	800,00	66,67	66,67	32,83	33,33	89,20	75,60	1013,10	12157,20
JEFE COMERCIAL	1	600,00	600,00	50,00	50,00	32,83	25,00	66,90	56,70	768,03	9216,40
JEFE ADMINISTRATIVO	1	600,00	600,00	50,00	50,00	32,83	25,00	66,90	56,70	768,03	9216,40
AUXILIAR COMERCIAL	1	394,00	394,00	32,83	32,83	32,83	16,42	43,93	37,23	515,61	6187,38
TOTAL	4	2394,00	2394,00	199,50	199,50	131,33	99,75	266,93	226,23	3064,78	36777,38
TOTAL SUELDOS	11	4488,00	5670,00	472,50	472,50	394,00	236,25	632,21	535,82	7341,64	88099,68

Fuente: Ley de seguridad social.

Elaborado por: El autor

CAPITULO VI

5. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO

5.1. Marco legal

El marco legal del país está conformado por diversas políticas y leyes que amparan el surgimiento, control y coordinación de emprendimientos, entre las principales están:

Constitución de la República del Ecuador

El estado garantiza el derecho a la libertad de ejercer actividades remunerativas sin que estas causen perjuicios en terceros, amparándolos en Constitución de la República del Ecuador en los artículos:

Art. 325 (...Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos...).

Art. 326 (...El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo...) (Constitución de la republica del Ecuador, 2008).

Código Orgánico de la producción comercio e inversiones

El siguiente código regula a las personas naturales y jurídicas que realicen actividades productivas desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial dentro del territorio nacional (COPCI, 2017).

Ley de Compañías

Ley que regula las actividades de contrato de dos o más personas que unen su capital con el objetivo de realizar actividades mercantiles (Ley de Compañías, 2013).

Ley de Propiedad Intelectual

El estado garantiza, regula y controla la propiedad intelectual de personas naturales y jurídicas, con el fin de evitar una reproducción no autorizada, de acuerdo

a lo dispuesto en las decisiones la Comisión de la Comunidad Andina y los demás convenios internacionales vigentes (Ley de Propiedad Intelectual, 1998).

Código de Trabajo

Encargado de regular las relaciones empleado y patrono en cualquier de las modalidades y condiciones de trabajo (Codigo de Trabajo, 2019).

Ley de Seguridad Social

Establece que los sujetos a protección de seguridad social en calidad de afiliados son todos aquellos que percibe ingresos por la realización de una actividad física o intelectual en relación de dependencia (Ley de Seguridad Social, 2017)

Ley de Régimen Tributario Interno

Regula las actividades tributarias en base a las actividades comerciales y mercantiles que establece el estado, basándose en el cálculo del impuesto que deben aportar las personas naturales o jurídicas (Ley de Régimen Tributario Interno, 2014).

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

El objetivo de esta ley es normal la relación entre proveedor y consumidor, promoviendo el conocimiento y los derechos del consumidor, a fin garantizar la equidad y seguridad jurídica entre ambas partes (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor , 2015).

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

Esta ley regula los principios, políticas y entidades relacionados a actividades vinculadas a la evaluación de la conformidad, garantizando los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, protección de la vida y salud humana, animal y vegetal. Asi como también preservación del medio ambiente, corrección y sanción de prácticas engañosas, todo ello enfocado en una cultura de la calidad (Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, 2010).

Las diversas leyes existentes en la actualidad en el país, regulan las diversas partes que componen un emprendimiento, es así que regula las actividades mercantiles, laborales, tributarias y de calidad.

5.2. Requisitos para su legitimidad

De acuerdo al portal de (Lex Pro Ecuador, 2019) los requisitos para la creación y legalización de una empresa en el Ecuador son los siguientes:

1. Reservar nombre: Una vez que se elija el nombre acudir a la Superintendencia de Compañías, y revisar que no exista coincidencia con el nombre de la empresa.

2. Elaborar estatutos: Es el contrato que regirá a la empresa y se validan mediante minuta firmada por un abogado.

3. Abrir “cuenta de integración de capital”: Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco.

4. Elevar a escritura pública: Ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Aprueba el estatuto: Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publicar en un diario: La Superintendencia de Compañías va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

7. Obtener permisos municipales: Ir al Municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, donde deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- Certificado de la Dirección Municipal de Medio Ambiente

Adicional a los permisos municipales se deberán cumplir:

- Permiso de funcionamiento
- Permiso de cuerpo de bomberos.

8. Inscribir compañía: Con toda la documentación anterior, ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realizar Junta General de Accionistas: Realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa, según se haya definido en los estatutos.

10. Obtener documentos habilitantes: Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribe el nombramiento del representante: Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. Obtener RUC: El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

13. Obtén la carta para el banco: Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Un requisito adicional y fundamental con el que deberá contar la empresa son los que establecen las normas INEN, entre los principales para obtener un registro

sanitario están los requisitos físico-químicos y microbiológicos requeridos en la harina de maíz pre-cocida.

Además de estos requisitos específicos del producto, la Norma Obligatoria determina que la harina de maíz pre-cocida debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Deberá ser un producto de aspecto homogéneo, con olor y sabor característicos.
- Deberá estar libre de excretas de animales, larvas, insectos vivos y fragmentos de los mismos.
- No deberá contener aditivos.
- Los envases deberán salvaguardar las condiciones organolépticas, higiénicas y nutritivas del producto.
- El material de los envases debe ser inerte al producto, tal como: papel, celofán, plástico, etc.

Cada envase deberá llevar impreso, conforme con la norma INEN 1334, la siguiente información:

- Nombre del producto
- Marca comercial
- Identificación del lote
- Lista de ingredientes
- Contenido neto en unidades
- Razón social de la empresa
- Número del Registro Sanitario
- Fecha de producción
- Fecha máxima de consumo
- Precio de venta al público (PVP)
- País de origen
- Norma técnica INEN de referencia

La comercialización de este producto cumplirá con lo dispuesto en las regulaciones y resoluciones dictadas, con sujeción a la ley de Pesas y Medidas.

Además de los requisitos establecidos en la Norma Obligatoria NTE INEN 1787, se debe cumplir con el sistema gráfico de etiquetado. El cual consiste en un semáforo nutricional que indica el contenido de estos elementos en los alimentos procesados.

El precio de la harina de maíz pre-cocida, así como el de la materia prima empleada para su fabricación está regulado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP, organismo que, obedeciendo a la política de Desarrollo de la Agroindustria, Mercados y Sistemas de Comercialización Internos y Externos, publica reportes periódicos de los precios referenciales para control de los intendentes en los distintos lugares de comercialización.

Tabla 24: Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR
APROBACION DE CONSTITUCIÓN	500,00
PUBLICACIÓN EXTRECTO	75,60
INSCRIPCIÓN CÁMARA DE COMERCIO	50,00
REGISTRO MERCANTIL	21,45
NOTARIA	11,20
REGISTRO DE MARCA	3483,85
PATENTE MUNICIPAL	83,70
CUERPO DE BOMBEROS	15,00
TOTAL	4240,80

Fuente: Estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de jeans “Fashion Jeans”, en la ciudad de Cuenca.

Elaborado por: El autor

CAPITULO VII

6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Costo unitario de producción

Tabla 25: Costo unitario de producción

PRESENTAC.	UNIDADES PRODUC.	MPD		MOD		CIF		COSTOS DE PRODUCCION	
		COSTOS		COSTOS		COSTOS			
		TOTAL	UNIT.	TOTAL	UNIT.	TOTAL	UNIT.	TOTAL	UNIT.
500 GR	147274	56642,45	0,38	21926,34	0,15	20812,53	0,14	99381,32	0,67
1 KG	73637	55133,93	0,75	10963,17	0,15	10406,27	0,14	76503,36	1,04
TOTAL	220911	111776,38		32889,50		31218,80		175884,68	

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

6.2. Estructura de costos y gastos

Tabla 26: Estructura de costos y gastos

COSTOS Y GASTOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR	
	MENSUAL	ANUAL
COSTOS OPERACIONALES		
MATERIALES	9314,70	111776,38
AGUA	100,00	1200,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	500,00	6000,00
REMUNERACIÓN PERS OPERATIVOS	4276,86	51322,30
MANTENIMIENTOS	50,00	600,00
TRANSPORTE	150,00	1800,00
DEPRECIACION MAQUINARIAS	265,50	3186,00
COSTOS OPERATIVO TOTAL	14241,56	175884,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
REPRESENTAN DESEMBOLSOS DE DINERO		VALOR
	MENSUAL	ANUAL
SUELDO ADMINISTRATIVO	3317,20	39806,40
TELECOMUNICACIONES	38,00	456,00
AGUA POTABLE	20,00	240,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	50,00	600,00
UTILES DE OFICINA	41,67	500,00
Subtotal	3466,87	41602,40
NO REPRESENTAN DESEMBOLSOS DE DINERO		
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	413,18	4958,13
AMORTIZACIÓN ACTIVOS INTANGIBLES	70,68	848,16
Subtotal	483,86	5806,29
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3950,72	47408,69
GASTOS DE MARKETING Y VENTAS		
	MENSUAL	ANUAL
Prensa Escrita	148,00	1776,00
hojas volantes	54,17	650,00
Valla	35,00	420,00
TOTAL GASTOS DE MARKETING Y VENTAS	237,17	2846,00
GASTOS FINANCIEROS	961,54	10595,99
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	5149,43	60850,68

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

Tabla 27: Resumen de costos

RESUMEN DE COSTOS		
DESCRIPCIÓN	V. MENSUAL	V. ANUAL
COSTOS VARIABLES		
COSTOS OPERACIONALES	14.241,56	175.884,68
TOTAL COSTOS VARIABLES	14.241,56	175.884,68
COSTOS FIJOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.950,72	47.408,69
GASTOS DE MARKETING Y VENTAS	237,17	2.846,00
GASTOS FINANCIEROS	961,54	10.595,99
TOTAL COSTOS FIJOS	5.149,43	60.850,68

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor.

Tabla 28: Costos de Producción

COSTO DE VENTA		
DETALLE	COST. MENSUAL	COST. ANUAL
M.P.D	\$ 9.314,70	\$ 111.776,38
M.O. D	\$ 2.740,79	\$ 32.889,50
C.I.F	\$ 2.601,57	\$ 31.218,80
TOTAL=	\$ 14.657,06	\$ 175.884,68

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

6.3. Proyección de ventas

Tabla 29: Proyección de ventas

PRESENTAC.	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
500 GR	1,00	147273,72	151691,93	156242,69	160929,97	165757,87
1 KG	2,00	147273,72	151691,93	156242,69	160929,97	165757,87
TOTAL		294547,44	303383,86	312485,38	321859,94	331515,74

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

6.4. Plan de Inversión

Tabla 30: Plan de inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
TERRENO	25.000,00
INFRAESTRUCTURAS	27.500,00
EQUIPOS DE TRABAJO	35.400,00
EQUIPOS DE OFICINA	1.580,00
MUEBLES Y ENCERES	1.275,00
UTILES DE OFICINA	500,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	91.255,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
APROBACION DE CONSTITUCION	500,00
PUBLICACION EXTRECTO	75,60
INSCRIPCION CAMARA DE COMERCIO	50,00
REGISTRO MERCANTIL	21,45
NOTARIA	11,20
REGISTRO DE MARCA	3.483,85
PATENTE MUNICIPAL	83,70
CUERPO DE BOMBEROS	15,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.240,80
TOTAL ACT FIJOS Y DIFERIDOS	95.495,80
CAPITAL DE TRABAJO	
MATERIALES	9.314,70
PUBLICIDAD	711,50
UTILES DE OFICINA	41,67
SERVICIOS BASICOS	670,00
SUELDOS	7.594,06
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	18.331,92
TOTAL INVERSIÓN	113.827,72

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

Tabla 31: Estructura de Capital

DESTINO	%	VALOR
ACCIONISTAS	27%	30.733,49
PRESTAMO	73%	83.094,24
TOTAL	100%	113.827,72

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

6.5. Líneas de financiamiento

Tabla 32: Líneas de Financiamiento

DESTINO	FUENTE	CAPITAL	INTERES	MONTO	AÑOS	% INTERES	CUOTAS	% DE CAPITAL TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO BAN ECUADOR	18331,92	2968,25	21300,17	3	8,95%	ANUAL	16%
SUB TOTAL		18331,92	2968,25	21300,17				
ACTIVOS FIJOS Y DIFERID.	CREDITO CFN ACCIONISTAS	64762,31	18352,23	83114,54	5	9,76%	ANUAL	57%
		30733,49						27%
SUBTOTAL		95495,80	18352,23	83114,54				
TOTAL		113827,72	21320,48	104414,72				100%

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

6.6. Estado de resultados proyectados (5 años)

Tabla 33: Estado de Resultado

	ESTADO DE RESULTADOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 294.547,44	\$ 303.383,86	\$ 312.485,38	\$ 321.859,94	\$ 331.515,74
costo de Ventas	\$ 175.884,68	\$ 177.643,53	\$ 179.419,96	\$ 181.214,16	\$ 183.026,31
UTILIDAD BRUTA	\$ 118.662,76	\$ 125.740,33	\$ 133.065,41	\$ 140.645,78	\$ 148.489,43
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 36.896,29	\$ 37.207,19	\$ 37.521,20	\$ 37.487,22	\$ 37.807,54
Sueldo Administrativo	\$ 30.590,00	\$ 30.895,90	\$ 31.204,86	\$ 31.516,91	\$ 31.832,08
Útiles de Oficina	\$ 500,00	\$ 505,00	\$ 510,05	\$ 515,15	\$ 520,30
Depreciación	\$ 4.958,13	\$ 4.958,13	\$ 4.958,13	\$ 4.607,00	\$ 4.607,00
Amortización	\$ 848,16	\$ 848,16	\$ 848,16	\$ 848,16	\$ 848,16
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 7.208,73	\$ 5.830,36	\$ 4.295,67	\$ 2.619,74	\$ 1.365,98
GASTOS DE VENTAS	\$ 21.278,80	\$ 21.491,59	\$ 21.706,50	\$ 21.923,57	\$ 22.142,80
Sueldo de Ventas	\$ 18.432,80	\$ 18.617,13	\$ 18.803,30	\$ 18.991,33	\$ 19.181,25
Publicidad	\$ 2.846,00	\$ 2.874,46	\$ 2.903,20	\$ 2.932,24	\$ 2.961,56
TOTAL GASTOS	\$ 65.383,82	\$ 64.529,14	\$ 63.523,37	\$ 62.030,53	\$ 61.316,32
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 53.278,94	\$ 61.211,20	\$ 69.542,04	\$ 78.615,25	\$ 87.173,11
(-) 15% Util. Empleados	\$ 7.991,84	\$ 9.181,68	\$ 10.431,31	\$ 11.792,29	\$ 13.075,97
(=) UTIL. ANTES IMP. RENTA	\$ 45.287,10	\$ 52.029,52	\$ 59.110,74	\$ 66.822,96	\$ 74.097,14
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 9.963,16	\$ 11.446,49	\$ 13.004,36	\$ 14.701,05	\$ 16.301,37
(=) UTILIDAD LIQUIDA	\$ 35.323,94	\$ 40.583,02	\$ 46.106,37	\$ 52.121,91	\$ 57.795,77
(30%) DIVIDENDOS	\$ 10.597,18	\$ 12.174,91	\$ 13.831,91	\$ 15.636,57	\$ 17.338,73
10% RESERVA LEGAL	\$ 3.532,39	\$ 4.058,30	\$ 4.610,64	\$ 5.212,19	\$ 5.779,58
UTILIDAD RETENIDA	\$ 21.194,36	\$ 24.349,81	\$ 27.663,82	\$ 31.273,15	\$ 34.677,46

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

6.7. Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla 34: Flujo de caja proyectado

	FLUJO DE EFECTIVO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES		294547,44	303383,86	312485,38	321859,94	331515,74
Ventas		294547,44	303383,86	312485,38	321859,94	331515,74
TOTAL EGRESOS		251954,85	282816,57	289372,82	289065,67	296279,71
EGRESOS OPERACIONALES		228253,48	259088,20	265644,46	272437,37	279651,40
Costo de venta		175884,68	177643,53	179419,96	181214,16	183026,31
Gastos Administrativos		31090,00	31400,90	31714,91	32032,06	32352,38
Sueldo de venta		18432,80	18617,13	18803,30	18991,33	19181,25
Gastos Publicidad		2846,00	2874,46	2903,20	2932,24	2961,56
Participación de los empleados 15%			7991,84	9181,68	10431,31	11792,29
Impuesto a la renta 22%			9963,16	11446,49	13004,36	14701,05
Dividendos			10597,18	12174,91	13831,91	15636,57
EGRESOS DE FINANCIAMIENTO		23701,37	23728,37	23728,37	16628,30	16628,31
Gastos de financiamiento		7208,73	5830,36	4295,67	2619,74	1365,98
Pago capital		16492,64	17898,01	19432,70	14008,56	15262,33
INGRESOS NO OPERACIONALES	113827,72					
Capital inicial	30733,49					
Crédito Bancario	83094,24					
EGRESOS NO OPERACIONALES						
ACTIVOS FIJOS	91255,00					
ACTIVO DIFERIDO	4240,80					
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	95495,80					
FLUJO FINANCIERO	18331,92	42592,59	20567,30	23112,55	32794,27	35236,03
FLUJO AÑO ANTERIOR		18331,92	60924,51	81491,81	104604,36	137398,63
FLUJO DE CAJA		60924,51	81491,81	104604,36	137398,63	172634,66

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

6.8. Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 35: Estado de situación financiera

	BALANCE GENERAL					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
CORRIENTE	18331,92	60924,51	81491,81	104604,36	137398,63	172634,66
Caja	18331,92	60924,51	81491,81	104604,36	137398,63	172634,66
ACTIVOS FIJOS	91255,00	86296,87	81338,74	76380,61	71773,61	67166,61
FIJO						
TERRENO	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00
INFRAESTRUCTURAS	27500,00	27500,00	27500,00	27500,00	27500,00	27500,00
EQUIPOS DE TRABAJO	35400,00	35400,00	35400,00	35400,00	35400,00	35400,00
EQUIPOS DE OFICINA	1580,00	1580,00	1580,00	1580,00	1580,00	1580,00
MUEBLES Y ENCERES	1275,00	1275,00	1275,00	1275,00	1275,00	1275,00
UTILES DE OFICINA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
(-) Depreciación		4958,13	4958,13	4958,13	4607,00	4607,00
(-) Depreciación Acumulada		4958,13	9916,26	14874,39	19481,39	24088,39
DIFERIDO	4240,80	3392,64	2544,48	1696,32	848,16	0,00
APROBACION DE CONSTITUCION	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
PUBLICACION EXTRECTO	75,60	75,60	75,60	75,60	75,60	75,60
INSCRIP. CAMARA DE COMERCIO	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
REGISTRO MERCANTIL	21,45	21,45	21,45	21,45	21,45	21,45
NOTARIA	11,20	11,20	11,20	11,20	11,20	11,20
REGISTRO DE MARCA	3483,85	3483,85	3483,85	3483,85	3483,85	3483,85
PATENTE MUNICIPAL	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70
CUERPO DE BOMBEROS	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
(-) Amortización		848,16	848,16	848,16	848,16	848,16
(-) Amortización Acumulada		848,16	1696,32	2544,48	3392,64	4240,80

TOTAL ACTIVO	113827,72	150614,03	165375,03	182681,30	210020,41	239801,27
PASIVO						
CORTO PLAZO						
CORRIENTE		28552,18	32803,08	37267,58	42129,91	46716,07
Partic. trabajadores por pagar		7991,84	9181,68	10431,31	11792,29	13075,97
impuesto a la renta por pagar		9963,16	11446,49	13004,36	14701,05	16301,37
Dividendo		10597,18	12174,91	13831,91	15636,57	17338,73
LARGO PLAZO	83094,24	66601,60	48703,59	29270,90	15262,33	0,00
Crédito Bancario	83094,24	66601,60	48703,59	29270,90	15262,33	0,00
TOTAL PASIVO	83094,24	95153,78	81506,68	66538,48	57392,25	46716,07
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	30733,49	30733,49	30733,49	30733,49	30733,49	30733,49
Reserva Legal		3532,39	7590,70	12201,33	17413,52	23193,10
UTILIDAD RETENIDA		21194,36	24349,81	27663,82	31273,15	34677,46
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES			21194,36	45544,18	73208,00	104481,15
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	113827,72	150614,03	165375,03	182681,30	210020,40	239801,27
diferencia	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,00	\$ 0,00

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

CAPITULO VIII

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1. VAN / TIR

Tabla 36: Cálculo de VAN y TIR

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR	RESULTADO
0	\$ (83.094,24)	1,00000000	-83094,24
1	\$ 42.592,59	0,93068843	39640,43
2	\$ 20.567,30	0,86618096	17815,00
3	\$ 23.112,55	0,80614459	18632,06
4	\$ 32.794,27	0,75026945	24604,54
5	\$ 35.236,03	0,69826710	24604,16
VAN=			42201,95
WACC=			7,45%
TIR			17%

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

Para el cálculo de los valores actuales de los flujos provenientes de operación, se utilizó una tasa porcentual la misma que corresponde al wacc o costo promedio ponderado del capital, su utilización proviene de fuentes de financiamiento mixtas, ya que una parte del capital necesario proviene de los accionistas y la otra corresponde a un préstamo.

7.2. Relación beneficio/costo (RBC)

Tabla 37: Relación costo beneficio presentación 500 gr

Precio Vta. Unit	1,00
Unidades Vendidas	147274
Ingreso Total	147274
Costo Fijo total	40.567,12
Costo Variable total	99.381,32
Costo V unit = CVT / # unid vendidas	0,67
Cantidad de equilibrio = CFT / (P-Cvunt)	124748
valor monetario de equilibrio	124.747,78

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

Tabla 38: Representación del punto de equilibrio

P Unitario	Cantidad	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo V unit	Costo V total	Costo Total
1,00	25000	25.000,00	40.567,12	0,67	16.870,17	57.437,29
1,00	50000	50.000,00	40.567,12	0,67	33.740,34	74.307,46
1,00	124748	124.747,78	40.567,12	0,67	84.180,66	124.747,78
1,00	150000	150.000,00	40.567,12	0,67	101.221,03	141.788,15
1,00	180000	180.000,00	40.567,12	0,67	121.465,24	162.032,36

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

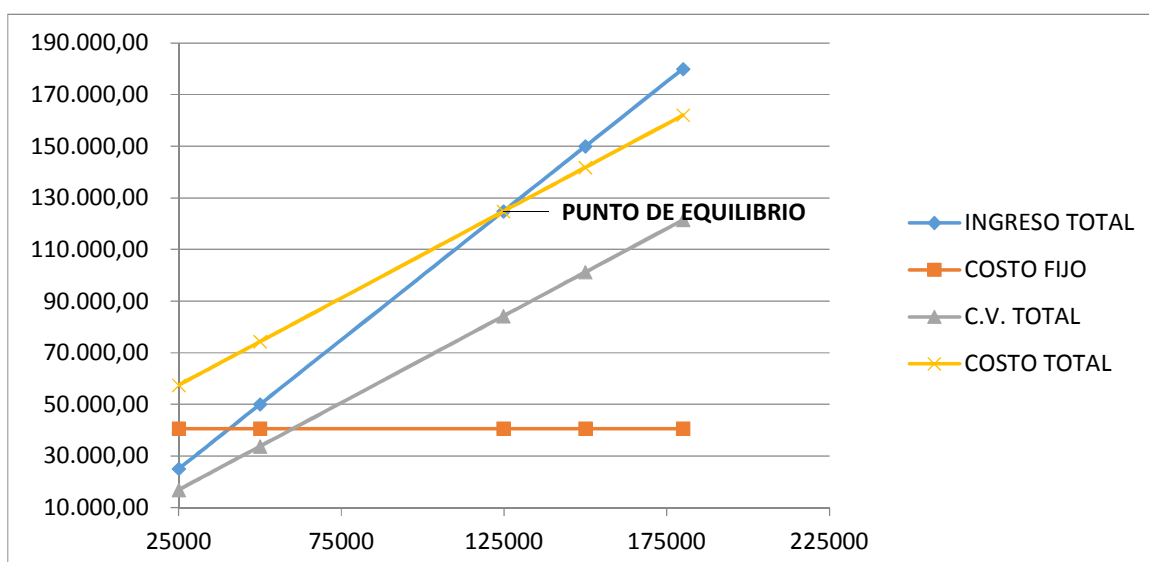


Gráfico 15: Representación del punto de equilibrio presentación de 500 gr

Fuente: Estudio financiero punto de equilibrio

Tabla 39: Relación costo beneficio presentación 1 kg

Precio Vta. Unit	2,00
Unidades Vendidas	73637
Ingreso Total	147274
Costo Fijo total	20.283,56
Costo Variable total	76.503,36
Costo V unit = CVT / # unid vendidas	1,04
Cantidad de equilibrio = CFT / (P-Cvunt)	21105
valor monetario de equilibrio	42.210,26

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

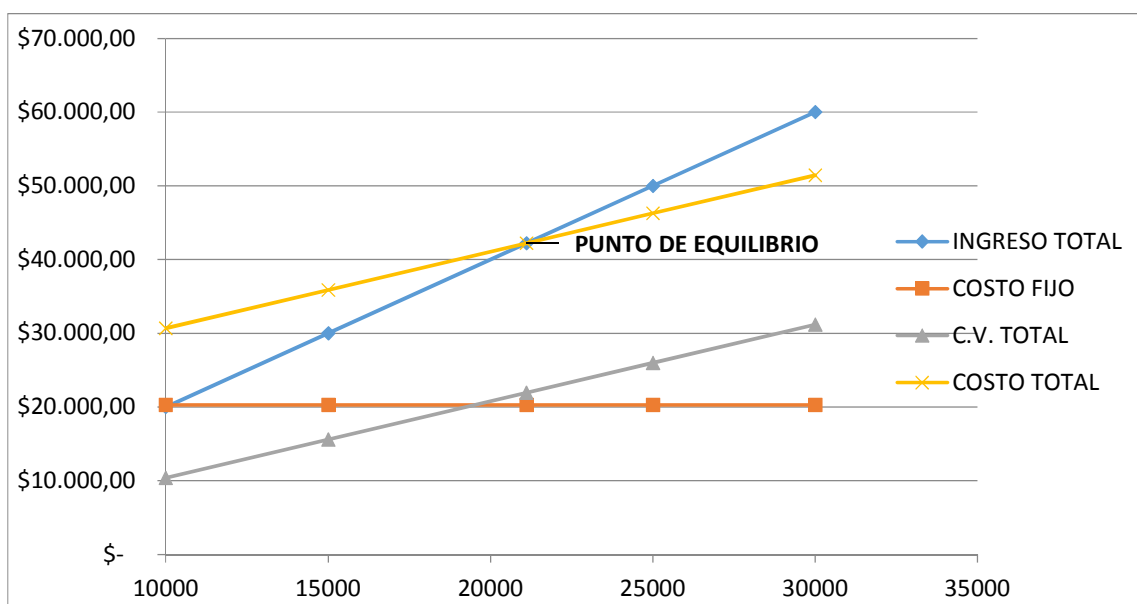
Elaborado por: El autor

Tabla 40: Representación del punto de equilibrio

P Unitario	Cantidad	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo V unit	Costo V total	Costo Total
2,00	10000	20.000,00	20283,56	1,04	10389,28	30672,83
2,00	15000	30.000,00	20283,56	1,04	15583,91	35867,47
2,00	21105	42.210,26	20283,56	1,04	21926,70	42210,26
2,00	25000	50.000,00	20283,56	1,04	25973,19	46256,75
2,00	30000	60.000,00	20283,56	1,04	31167,83	51451,39

Fuente: Diseño de Proyectos (Rico Calvo, 2008)

Elaborado por: El autor

**Gráfico 16:** Representación del punto de equilibrio presentación 1 kg

Fuente: Estudio financiero punto de equilibrio

7.3. Razones financieras

7.3.1 Liquidez.

RELACIÓN CORRIENTE O DE LIQUIDEZ

RELACIÓN CORRIENTE=	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$
RELACIÓN CORRIENTE=	$\frac{\$ \quad 60.924,51}{\$ \quad 28.552,18}$
RELACIÓN CORRIENTE=	2,13
	VECES

Se observa que la empresa puede cubrir con sus activos corrientes 2,13 veces el valor de los pasivos corrientes.

7.3.2 Endeudamiento.

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$
RAZÓN DEUDA A ACTIVOS	$\frac{\$ \quad 95.153,78}{\$ \quad 150.614,03}$
RAZÓN DEUDA A ACTIVOS	0,631772402
	63%

El indicador de endeudamiento muestra que el 63% de los activos de la empresa están financiados con crédito bancario.

RAZÓN DEUDA CAPITAL

RAZÓN DEUDA CAPITAL	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}}$
RAZÓN DEUDA CAPITAL	$\frac{\$ \quad 95.153,78}{\$ \quad 55.460,24}$
RAZÓN DEUDA CAPITAL	1,715711712

Los acreedores están financiando de mayor forma a la empresa.

7.3.3 Rentabilidad.

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL =	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL SOCIAL}}$
RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL =	$\frac{\$ 21.194,36}{\$ 30.733,49}$
RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL	0,68961791 69%

Por cada dólar invertido de capital la empresa gana un 69%.

RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS

RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}}$
RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS	$\frac{\$ 21.194,36}{\$ 294.547,44}$
RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS	0,071955682

Por cada dólar de venta existe una ganancia neta de 0,07 dólares.

CONCLUSIONES

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el Cantón Portoviejo es factible en toda su extensión, así lo demuestra el cumplimiento de los objetivos planteados, en donde se evidencia que el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero son muy favorables para la creación de la misma.

Uno de los componentes principales en el estudio de un proyecto de factibilidad es el estudio de mercado, siendo así que, a través de las encuestas realizadas y el análisis del entorno organizacional, se demostró la aceptación por parte del mercado a una empresa nueva que se dedicara a esta actividad productiva y comercial, desafiando los productos existentes con un precio más accesible, pero con la misma calidad exigida por el consumidor, y que por lo tanto el proyecto desde el punto de vista del estudio de mercado es factible.

La identificación de la ingeniería operativa de todo proyecto está dado por el estudio técnico, dicho estudio cumple un rol fundamental debido a que muestra la forma en que está integrado el proyecto y cuál será su funcionamiento, es así que se identificó cuáles son los componentes que tuvo la empresa productora y comercializadora para realizar sus actividades, demostrando que tanto lugar geográfico, maquinarias, materias primas y procesos productivos se encuentran disponibles para su utilización, siendo así que desde el punto de vista del estudio técnico el proyecto es factible.

Para la ejecución de todo proyecto es necesario que a través del estudio financiero se identifiquen cuáles serán los costos, gastos e ingresos en los que incurre, con el objetivo de obtener un beneficio rentable a través del tiempo, es por ello que la identificación y el análisis de los diferentes rubros que tuvo la empresa productora y comercializadora, así como también la evaluación rentable con la ayuda de los indicadores y modelos permite que desde el punto de vista financiero el proyecto es factible.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones y de los objetivos planteados se recomienda lo siguiente:

Que se realice un seguimiento constante de la demanda, debido a que el proyecto es altamente sensible a la variación de la misma y es uno de los factores más importantes tanto para productores y comercializadores con respecto al consumo del producto dentro de un mercado tan dinámico y competitivo como lo es el de harinas precocidas de maíz.

Que el estudio técnico se vaya adecuando de acuerdo a las necesidades de la empresa, debido a que la visión de este proyecto es seguir creciendo y como tal incrementar funciones, departamentos y procesos que le permitan la operatividad necesaria para cumplir las exigencias que demanda la producción y comercialización de harina de maíz con el fin de que este proyecto tenga una sostenibilidad en el tiempo.

Que el estudio financiero forme parte importante entorno a las decisiones que se tomen en la empresa, es por ello que deben ser alimentados de información confiable, a fin de que estos sirvan de soporte a los directivos para evaluar las operaciones financieras que ejecuta el proyecto, con el objetivo de obtener un beneficio rentable tanto para accionistas como para trabajadores no solo en los primeros años si no en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- AEI, A. P. (15 de ABRIL de 2019). REVISTA LIDERES. Obtenido de REVISTA LIDERES: <https://www.revistalideres.ec/lideres/capital-emprendimientos-estudio-financiamiento-inversion.html>
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del Talento Humano. Mexico: MacGraw Hill.
- Codigo de Trabajo. (2019). Codigo de Trabajo. Ecuador.
- Constitución de la republica del Ecuador. (2008). Constitución de la Republica del Ecuador. Ecuador.
- COPCI. (2017). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Ecuador.
- DRUCKER , F. P. (1994). LA INNOVACIÓN Y EL EMPRESARIO INNOVADOR. ESPAÑA: EDHASA.
- FERIADOS ECUADOR. (2019). FERIADOS ECUADOR. Obtenido de FERIADOS ECUADOR: <https://www.feriadosecuador.net/feriado/2020>
- GEM, G. E. (12 de DICIEMBRE de 2018). REVISTA LIDERES. Obtenido de REVISTA LIDERES: <https://www.revistalideres.ec/lideres/emprendimiento-impacto-america-latina-desarrollo.html>
- Global Entrepreneurship Monitor, G. (2004 2005). REVISTA LIDERES. Obtenido de REVISTA LIDERES: <https://www.revistalideres.ec/lideres/emprendimiento-impacto-america-latina-desarrollo.html>
- GONZALES , F., AVILA, M., & GILL, Y. (2016). PROCESO DE FABRICACION DE LA HARINA PRECOCIDA DE MAIZ. En F. GONZALES, M. AVILA, & Y. GILL, PROCESO DE FABRICACION DE LA HARINA PRECOCIDA DE MAIZ. VENEZUELA.
- INEC. (2016). INEC. Obtenido de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2016/Presentacion%20ESPAC%202016.pdf

- KANTIS, H. (2004). Desarrollo emprendedor: America Latina y la experiencia internacional. Colombia Bogota : Nomos.
- LEDERMAN, D., PIENKNAGURA, S., RIGOLINI, J., & MESSINA, J. (2014). EL EMPRENDIMIENTO EN AMERICA LATINA. WASHINTONG : H STREET NW.
- Lex Pro Ecuador. (abril de 2019). Lex Pro Ecuador. Obtenido de Lex Pro Ecuador: <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Ley de Compañías. (2013). Ley de Compañías. Ecuador.
- Ley de Propiedad Intelectual. (1998). Ley de Propiedad Intelectual. Ecuador.
- Ley de Régimen Tributario Interno. (2014). Ley de Régimen Tributario Interno. Ecuador.
- Ley de Seguridad Social. (2017). Ley de Seguridad Social. Ecuador.
- Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. (2010). Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. Ecuador.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . (2015). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor . Ecuador.
- MAGAP, M. M. (19 de Abril de 2019). MAGAP. Obtenido de MAGAP: <https://www.agricultura.gob.ec/ministro-xavier-lazo-se-reunio-con-productores-en-manabi/>
- NARRES, L., DHULDHOYA, N., & COLLOIDS, L. (2011). LA GOMA XANTANA EN LA INDUSTRIAL ALIMENTARIA. MEXICO.
- OIJ, O. I. (26 de FEBRERO de 2019). REVISTA LIDERES. Obtenido de REVISTA LIDERES : <https://www.revistalideres.ec/lideres/juventud-ecuador-emprendedores-informe-iberoamerica.html>
- PORTER, M. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries. USA.

PREFECTURA DE MANABI. (22 de ABRIL de 2019). REVISTA LIDERES. Obtenido de REVISTA LIDERES: <https://www.revistalideres.ec/lideres/emprendimientos-ferias-productos-tipicos-manabi.html>

Rico Calvo, F. (2008). Diseño de Proyectos. Colombia: Artes Gráficas Industriales Ltda.

ROSADO, J. L., CAMACHO, R., & BOURGES, H. (2007). Adición de vitaminas y minerales a harinas de maíz y trigo en Mexico. Mexico.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., & Peteraf, M. A. (2012). Administración Estratégica. Mexico: MacGraw Hill.

VECTOR. (JUNIO de 2019). VECTOR ECUADOR. Obtenido de VECTOR ECUADOR: <http://www.vectorecuador.com/producto/goma-xanthan-e415/>

https://wiki.ead.pucv.cl/Presentaci%C3%B3n_Industria_de_la_harina

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/harina-maiz.html>

[https://spanish.alibaba.com/product-detail/Commercial-Wheat-Flour-Mixer-Mill-Making-](https://spanish.alibaba.com/product-detail/Commercial-Wheat-Flour-Mixer-Mill-Making-60829811417.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.140.774d4229osAjWL)

[60829811417.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.140.774d4229osAjWL](https://spanish.alibaba.com/product-detail/CTGRAIN-flour-mill-semolina-maize-grits-62020990000.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.1.1fa73051ESryCc&s=p)

[https://spanish.alibaba.com/product-detail/CTGRAIN-flour-mill-semolina-maize-grits-](https://spanish.alibaba.com/product-detail/CTGRAIN-flour-mill-semolina-maize-grits-62020990000.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.1.1fa73051ESryCc&s=p)

[62020990000.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.1.1fa73051ESryCc&s=p](https://spanish.alibaba.com/product-detail/CTGRAIN-flour-mill-semolina-maize-grits-62020990000.html?spm=a2700.galleryofferlist.normalList.1.1fa73051ESryCc&s=p)

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/harina-maiz.html>

http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

https://www.academia.edu/6695319/LIBRO_DISEÑO_DE_PROYECTOS_Florentino_Rico_Calvano_-_Universidad_Simon_Bolivar_-_Barranquilla

<https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/Costo-permisos-de-funcionamiento.pdf>

ANEXOS

Anexo 01: Formato de Encuesta

 <p>UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ” FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA INGENIERIA COMERCIAL</p> <p>Cuestionario para determinar Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de harina de maíz a ubicarse en el cantón Portoviejo.</p> <p>Mi nombre es: OCHOA FIGUEROA LEONEL ISAIAS, soy estudiante de la ULEAM y los datos que requiero es para mi Tesis; su participación es voluntaria y anónima. La información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global, no existen respuestas correctas o incorrectas, verdaderas o falsas, únicamente indique la respuesta que refleje su opinión.</p>
--

NOMBRE: _____

GENERO: F() M() **EDAD:** 15-24(); 25-34(); 35-45() 45-54(); MAYOR DE 55()

CANTIDAD FAMILIAR: 1-2 (); 3- 4 (); 5-6 () 7 A MAS()

1. ¿En su hogar usted o su familia consumen o utilizan algún tipo de harina?

SI () NO ()

2. ¿Cuál de los siguientes tipos de harinas es su favorita o de mayor consumo? **Si su respuesta es diferente a la opción de maíz termina la encuesta.**

Trigo() Maiz() Platano() Yuca() Otra()

3. ¿Con que frecuencia consume este tipo de harina de maíz?

Diariamente () 1 o 2 veces por semana () cada 15 días () cada mes ()

4. ¿En qué lugar o supermercado suele comprar la harina de maíz que consume o utiliza?

Supermaxi () Tia () Aki ()

Mi Comisariato () Mercados () Tiendas()

5. ¿Cuál de las siguientes opciones refleja mejor su cantidad de consumo o utilización de harina de maíz?

0.5 a 1 kg () 2 a 3 kg () 4 a 5 kg/ () 6 a más kg ()

6. ¿Por qué razón la harina de maiz es su marca favorita o de mayor consumo?

Sabor() vitaminas() precio() empaque() otra (Especifique)_____


7. ¿Estaría dispuesto a consumir un nuevo tipo de harina de maíz?

Si() no()

8.¿Que lo motivaría a consumir este nuevo tipo de harina de maiz?

Alimento A Preparar () Variedad De Preparación () Valores Nutritivos () Rapidez
 De Cocción() Precio() Presentación()

Anexo 02: Imagen del producto



COSTEÑITA
Del campo a su hogar

100% NATURAL

Del campo a su hogar

COSTEÑITA

CONTENIDO: 500 gr

HARINA DE MAIZ AMARILLO - LIBRE DE GLUTEN

ALTO en AZÚCAR


MEDIO en GRASA

BAJO en SAL

MODO DE PREPARACIÓN


1. Verter una taza de Costeñita junto con una taza de agua.
2. Amasar hasta tener una mezcla compacta.
3. Dejar reposar la masa por 5 minutos.
4. Preparar su alimento preferido.

PRODUCIDO POR:



PROCESADORA MANABITA S.A.
PORTOVIEJO
Bypass - Recinto Ferial Cámara de Comercio
Telfs.: 052417428 - +593994685255
Portoviejo - Ecuador

Ingredientes:
Harina de maíz amarillo
Código BPM: 0013-BPM-AN-0516
N.T.: INEN1737
Almacenar en un ambiente limpio, fresco y seco.

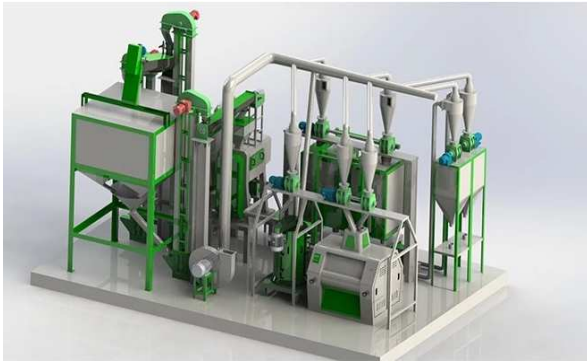


5 901234 12345 7

ELAB.
LOTE No.
P.V.P.

Anexo 03: Conjunto de maquinas





Anexo 04: Simulado de crédito



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME	Tasa Nominal(%)	9.76
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Efectiva(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Monto(USD)	14,749.00
Facilidad	Pequeña y Mediana Empresa	Plazo(Años)	3
Tipo Amortización	Cuota Fija	Fecha Simulación	2019-07-11
Forma de Pago	Anual		

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	14749.00			
1	10282.75	4466.25	1439.50	5905.75
2	5380.60	4902.15	1003.60	5905.75
3	0.00	5380.60	525.15	5905.75

CONDICIONES GENERALES DE LA SIMULACIÓN DE CRÉDITO			
Segmento Crédito	Crédito Productivo	Subsegmento de Crédito	Productivo Pymes
Sistema de Amortización	Francesa		
Producto	Activo Fijo (Inmuebles Hasta 180 meses)		
DATOS DE FINANCIAMIENTO			
Monto Capital Solicitado	\$64,762.31 dólares	Monto de crédito solicitado por el cliente	
Monto de Capital a Desembolsar	\$64,762.31 dólares	Monto de crédito a ser desembolsado	
Plazo	60 meses	Plazo solicitado del préstamo	
Períodicidad de Pago	Anual		
Tasa de Interés Nominal	8.95%	Es la tasa básica que se nombra o declara en la operación; es decir, tipo de interés que se causa sobre el valor nominal de una transacción financiera.	
Tasa de Interés Efectiva	8.95%	Es la tasa de interés que se obtiene como resultado del período de capitalización (mensual, trimestral o semestral) que se calcula para el pago de la cuota a lo largo del plazo de vigencia del préstamo.	
Valor de Cuota	\$16,628.31	Es el valor a cancelar de acuerdo a la periodicidad de capital e intereses.	
Número de Cuotas	5	Número de cuotas a cancelar en el transcurso del crédito.	
Suma de Cuotas	\$83,141.53	Es el valor total del capital e intereses por la vigencia por la vigencia del crédito.	
Carga Financiera	\$18,379.22	Es el valor correspondiente a los intereses generados en el transcurso del crédito.	
Relación Valor Total/Monto Solicitado de Capital	1.28	Es la relación entre el valor total (capital e intereses)/y el monto solicitado.	

Numero_Cuota	Fecha	Saldo_Capital	Capital	Interes	Valor_Cuota
0	20/07/2019	64,762.31			
1	14/07/2020	53,930.23	10,832.08	5,796.23	16,628.31
2	09/07/2021	42,128.68	11,801.55	4,826.76	16,628.31
3	04/07/2022	29,270.89	12,857.79	3,770.52	16,628.31
4	29/06/2023	15,262.33	14,008.56	2,619.74	16,628.31
5	23/06/2024	0.00	15,262.33	1,365.98	16,628.31
	TOTAL:		64,762.31	18,379.22	83,141.53

Anexo 05: Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR	AMORTIZACIÓN
APROBACION DE CONSTITUCION	500,00	\$ 100,00
PUBLICACION EXTRECTO	75,60	\$ 15,12
INSCRIPCION CAMARA DE COMERCIO	50,00	\$ 10,00
REGISTRO MERCANTIL	21,45	\$ 4,29
NOTARIA	11,20	\$ 2,24
REGISTRO DE MARCA	3483,85	\$ 696,77
PATENTE MUNICIPAL	83,70	\$ 16,74
CUERPO DE BOMBEROS	15,00	\$ 3,00
		\$ -
		\$ -
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 4.240,80	\$ 848,16

Anexo 06: Depreciación de activos

DESCRIPCIÓN	VALOR	TIEMPO DE DEPRECIACIÓN EN AÑOS	%	VALOR DEPRECIACIÓN
INFRAESTRUCTURAS	\$ 27.500,00	20	5%	1306,25
EQUIPOS DE TRABAJO	\$ 35.400,00	10	10%	3186,00
EQUIPOS DE computacion	\$ 1.580,00	3	33,33%	351,13
MUEBLES Y ENCERES	\$ 1.275,00	10	10%	114,75
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 65.755,00			\$ 4.958,13

Anexo 07: Resumen de Publicidad

RESUMEN PUBLICIDAD				
EMPRESA	DETALLE	V. MENSUAL	V. ANUAL	
El Diario	Prensa Escrita	148,00	1776,00	
ART-PRINT	hojas volantes	54,17	650,00	
ART-PRINT	Valla	35,00	420,00	
		<u>237,17</u>	<u>2846,00</u>	

Anexo 08: Equipos de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
COMPUTADORAS	4	350,00	\$ 1.400,00
IMPRESORAS	2	90,00	\$ 180,00
			\$ -
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			<u>\$ 1.580,00</u>

Anexo 09: Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	VALOR
ESCRITORIOS	6	150,00	\$ 900,00
SILLAS	10	30,00	\$ 300,00
SILLON	1	75,00	\$ 75,00
ARCHIVADOR	2	80,00	\$ 160,00
TOTAL EQUIPOS MUEBLES Y ENCERES			<u>\$ 1.275,00</u>

Anexo 10: Útiles de oficina

DESCRIPCIÓN	UNI/MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	V. ANUAL
PAPEL	Resma	20	3,00	\$ 60,00
PLUMAS	Caja 12 unid	3	3,00	\$ 9,00
FACTUREROS	Talonr 50	25	7,00	\$ 175,00
LAPIZ	Caja 24 unid	2	3,00	\$ 6,00
SACAPUNTAS	Unidad	10	0,70	\$ 7,00
STILETES	Unidad	10	0,70	\$ 7,00
SELLOS	Unidad	5	10,00	\$ 50,00
TINTA	Caja 12 unid	3	8,00	\$ 24,00
BORRADOR	Caja 10 unid	2	6,00	\$ 12,00
GRAPADORA	Unidad	5	7,00	\$ 35,00
GRAPAS	Caja 100 unid	5	2,00	\$ 10,00
PERFORADORA	Unidad	5	8,00	\$ 40,00
FOLDERS GRANDES	Unidad	40	1,10	\$ 44,00
FOLDERS PEQUEÑOS	Unidad	30	0,70	\$ 21,00
TOTAL UTILES DE OFICINA				<u>\$ 500,00</u>

Anexo 11: Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS		
PRODUCCION	V. MES	V. AÑO
AGUA	100,00	1200,00
ENERGIA ELÉCTRICA	500,00	6000,00
Subtotal	600,00	7200,00
ADMINISTRACIÓN		
AGUA	20,00	240,00
ENERGIA ELÉCTRICA	50,00	600,00
Subtotal	70,00	840,00
TOTAL =	670,00	8040,00
ADMINISTRACIÓN		
INTERNET	39,00	468,00
TOTAL =	39,00	468,00

Anexo: 12: Calculo del WACC

WACC(CPP)=(Ke*(CAA/(CAA+D)))+(Kd*(1-T)*(D/(CAA+D)))	
Ke	COSTO DE OPORTUNIDAD DE LOS ACCIONISTAS
CAA	CAPITAL APORTADO POR LOS ACCIONISTAS
D	FINANCIAMIENTO EXTERNO
Kd	COSTO FINANCIERO
T	TASA EFECTIVA DE IMPUESTOS
PARA EFECTO DEL PROYECTO	
Ke	7%
CAA	30733,49
D	83094,24
Kd	9,76%
T	22%
WACC(CPP)=	7,45%

Anexo: 13: Logo de la empresa



**PROCESADORA
MANABITA S.A.**

PORTOVIEJO
Bypass – Recinto Ferial Cámara de
Comercio
Telfs.: 052417428 - +593994685255
Portoviejo - Ecuador