



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES DERECHO Y BIENESTAR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA**

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA PLANTA PROCESADORA DE
ALIMENTOS BALANCEADOS”**

AUTOR:

NARANJO CEDEÑO DIEGO JOSÉ

TUTOR:

ING. JUAN CARLOS ANCHUNDIA

MANTA- MANABÍ- ECUADOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Diego José Naranjo Cedeño declaro que el contenido del proyecto “Planta procesadora de alimentos balanceados” es resultado de mi trabajo personal, por lo tanto, soy responsable directo del contenido de la siguiente tesis, y la propiedad intelectual de la misma pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Diego Naranjo

Diego José Naranjo Cedeño

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular Proyecto de Investigación bajo la autoría del estudiante, Diego Jose Naranjo Cedeño, legalmente matriculado/a en la carrera de Economía 2022 período académico 2024(1), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto de Investigación es "Proyecto de inversión para planta procesadora de alimentos balanceados".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Lugar, Manta 31 de julio de 2024.

Lo certifico,



JUAN CARLOS ANCHUNDIA RODRIGUEZ

Ing. Juan Carlos Anchundia Rodríguez, Mgs
Docente Tutor(a)
Área: Ciencias Sociales

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.



Proyecto de inversion Diego Naranjo

3%
Textos
sospechosos



2% Similitudes
< 1% similitudes entre
comillas
1% entre las fuentes
mencionadas
1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Proyecto de inversion Diego Naranjo.docx
ID del documento: b74e85caacf6e06388746956128d401a9676aeb7
Tamaño del documento original: 1,63 MB

Depositante: JUAN ANCHUNDIA RODRIGUEZ
Fecha de depósito: 31/7/2024
Tipo de carga: interfaz
fecha de fin de análisis: 31/7/2024

Número de palabras: 10.315
Número de caracteres: 82.379

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	reliefweb.int https://reliefweb.int/attachments/3f31992e-e795-48c1-94e0-6ab7912f733c/2022_08_1620Pdenale... 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (113 palabras)
2	TRABAJO GIA SPORT - GENESIS CAJAS.pdf TRABAJO GIA SPORT - GENESI... #74600 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (73 palabras)
3	www.edsrobotics.com ¿Qué es la Ingeniería de Procesos? Maximiza los recursos ... https://www.edsrobotics.com/blog/ingenieria-de-procesos/#:~:text=La ingeniería de procesos se	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (75 palabras)
4	www.questempo.com Análisis VRO: Qué es, ventajas y consejos para su imple... https://www.questempo.com/blog/evaluacion-vro/ 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (65 palabras)
5	www.aprocuridad.gub.uy https://www.aprocuridad.gub.uy/wp-content/uploads/2020/05/pesud.pdf 7 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (43 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	app.sni.gob.ec https://app.sni.gob.ec/sni-brs/vrs/FOOT/ZONAMAVEL_DEL_FOOT_CANTONALMANABUPEDERNALE...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
2	repositorio.ug.edu.ec https://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/ug.edu.ec/100806/3/MORA_GARCIA_GREGORIO_JOAQUIN.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	dspace.ucaque.edu.ec https://dspace.ucaque.edu.ec/bitstream/ucaque/10105/3/CIBIGUAYA_MENDEZ_ANGEL_ALEJANDRO...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
4	repositorio.espe.edu.ec https://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/24207/1/T-ESPE-044425.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)
5	www.elcomercio.com ¿Qué ocurrió con las exportaciones de camarón y cacaó de... https://www.elcomercio.com/actualidad/registro-ocurrio-exportaciones-camaron-cacao-ecuador.html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.aplicacionesreunidas.com/importancia-del-software-en-una-empresa/>
- <https://es-la.facebook.com/business/facebook-business-suite>
- <https://www.agricultura.gob.ec/presidente-noboa-llama-a-productores-agropecuarios-a-asegurar-sus-cultivos-y-ganado/>

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a mi mamá, por ser mi ejemplo a seguir mi apoyo incondicional, gracias mamá por enseñarme que la educación y los valores no es algo que solo se aprende en un aula de clases si no que es algo que tiene sus bases desde el hogar.

A mis hermanos por estar incondicionalmente, a mis maestros por enseñarme la disciplina y la perseverancia y a mi sobrino Bruno por enseñarme a ser un mejor tío y por alegrarme todos los viernes con su visita.

Diego José Naranjo Cedeño

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mi mamá por ser mi apoyo incondicional, por creer en mí, por la educación que me diste y los valores que me enseñaste.

Llegar hasta este punto ha sido posible gracias a pocas personas, agradezco a mi tutor de tesis el Ing. Juan Carlos Anchundia gracias por su guía y su paciencia, a mis profesores gracias les agradezco porque a más de ser mis maestros fueron mis amigos, a mis compañeros de clases gracias por hacer que este paso por la universidad fuera divertido.

Por último, hay una persona a la que le debo mucho y le estaré eternamente agradecido por que a pesar de todo y de tanto siempre estuvo para brindarme su apoyo incondicional, estuviste en las buenas, en las malas y en las peores, estar aquí hoy te lo debo a ti, gracias Melanie Holguín.

Diego José Naranjo Cedeño

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	
.....XIV	
RESUMEN.....	1
CAPÍTULO 1. ESTUDIO ESTRATÉGICO.....	2
1.1. Análisis Estratégico	2
1.1.1. Análisis del Macroentorno	2
1.1.2. Análisis de la Industria	2
1.1.3. Análisis PESTEL	4
1.1.4. Análisis Interno	7
1.1.5. Análisis FODA	8
1.2. Planteamiento Estratégico	8
1.2.1. Visión y Misión	8
1.2.2. Objetivos Estratégicos	9
1.2.3. Estrategias.....	10
1.2.4. Sistema de Valores	10
1.2.4.2. Proveedores	11
1.2.4.3. Valor de alianzas claves	12
2. CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO.....	12
2.1. Análisis del Mercado de Referencia	12

2.1.1.	Análisis y cuantificación de la demanda actual y futura	13
2.1.2.	Análisis y cuantificación de la oferta actual y futura	14
2.1.3.	Cuantificación de la demanda insatisfecha actual y futura	15
2.1.4.	Determinación de la demanda que atenderá el proyecto	15
2.2.	Plan Comercial	15
2.2.1.	Objetivos del plan comercial	16
2.2.2.	Segmentos de Mercado	16
2.2.3.	Producto.....	17
2.2.4.	Precio.....	18
2.2.4.1.	Cálculo Del Costo De Producción Unitario	19
2.2.5.	Plaza o Distribución	20
2.2.6.	Promoción.....	21
2.2.7.	Presupuesto de Marketing	22
3.	CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO- ORGANIZACIONAL.....	24
3.1.	Estudio Técnico	24
3.1.1.	Capacidad de producción	24
3.1.2.	Plan de Producción	24
3.1.3.	Localización	25
3.1.4.	Ingeniera del proceso productivo	26
3.1.5.	Requerimientos de materia prima, insumos y materiales	26

3.1.6.	Requerimiento de mano de obra directa e indirecta	27
3.1.7.	Requerimiento de activos fijos para área operativa	27
3.1.8.	Distribución de instalaciones (layout)	28
3.2.	Estudio Organizacional	28
3.2.1.	Datos generales de la empresa	28
3.2.2.	Arquitectura organizacional: organigrama	28
3.2.3.	Distribución de Funciones y Responsabilidades	29
3.2.4.	Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas	32
3.2.5.	Requerimiento de personal para áreas administrativas	33
3.3.	Estudio Legal	33
4.	CAPÍTULO 4: ESTUDIO FINANCIERO.....	35
4.1.	Horizonte De Tiempo Del Plan Financiero	35
4.1.1.	Plan De Inversión	35
4.1.2.	Flujo Depreciaciones, Amortizaciones Y Valor De Salvamento	36
4.2.	Plan De Financiamiento	37
4.2.1.	Tabla De Amortización	38
4.3.	Proyecciones de ingresos operacionales	39
4.4.	Proyecciones De Costos Y Gastos Operacionales	39
4.5.	Estado De Pérdidas Y Ganancias Proyectado	40
4.6.	Balance General Proyectado	41

5. Capítulo 5: Evaluación.....	42
5.1. Evaluación financiera	42
5.1.1. Ratios financieros y punto de equilibrio	42
5.1.2. Flujos de Fondos del Proyecto	42
5.1.3. Costo promedio ponderado de capital (WACC).....	43
5.1.4. Evaluación Financiera del proyecto (VAN, TIR, PAY BACK).....	44
5.1.5. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera	44
5.2. Evaluación ambiental	45
5.2.1. Estudio de impacto ambiental (línea de base, categorización, afectaciones y riesgos)	45
5.2.2. Plan de manejo ambiental	45
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES.....	48
ANXOS.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Las 5 fuerzas de PORTER</i>	3
<i>Tabla 2. Análisis PESTEL</i>	4
<i>Tabla 3. Análisis de la matriz VRÍO</i>	7
<i>Tabla 4. Análisis FODA</i>	8
<i>Tabla 5. Estrategias para Aplicar</i>	10
<i>Tabla 6. Análisis del mercado de referencia</i>	13
<i>Tabla 7. Tamaño de la población</i>	14
<i>Tabla 8. Segmentación de mercado</i>	17
<i>Tabla 9. Costo del costo de producción unitario</i>	19
<i>Tabla 10. Presupuesto de marketing</i>	22
<i>Tabla 11. Mano de obra directa</i>	27
<i>Tabla 12. Mano de obra indirecta</i>	27
<i>Tabla 13. Activos fijos</i>	27
<i>Tabla 14. Información general</i>	28
<i>Tabla 15. Organigrama</i>	29
<i>Tabla 16. Cargo, grado de especialización, función</i>	29
<i>Tabla 17. Maquinarias y equipos</i>	32
<i>Tabla 18. Equipos de oficina</i>	32
<i>Tabla 19. Equipos de computación</i>	32
<i>Tabla 20. Muebles y enseres de oficina</i>	33
<i>Tabla 21. Plan de inversión</i>	35

<i>Tabla 22. Flujo de depreciación de activos fijos</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 23. Plan de financiamiento</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 24. Tabla de amortización</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 25. Flujo proyectado de ingresos, costos y gastos</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 26. Estado de pérdidas y ganancias</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 27. Balance general</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 28. Punto de equilibrio</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 29. Flujo de fondo de proyecto</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 30. Cálculo WACC</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 31. Evaluación financiera</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 32. Matriz de Leopold</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 33, Tipos de animales y crías</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 34.. Compra de alimentos</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 35. Productos utilizados</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 36. Calidad y calificación de los alimentos balaceados</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 37. Factores importantes al elegir el alimento</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 38. Calificación del producto</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 39. Salud o rendimiento</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 40. Aspectos importantes</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 41. Información, consejos y ofertas de nuevos productos</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 42. Medios o canales para recibir información</i>	<i>60</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1. Tipos de animales y crías</i>	53
<i>Gráfico 2. Compra de alimentos</i>	54
<i>Gráfico 3. Productos utilizados</i>	55
<i>Gráfico 4. Calidad y calificación de los alimentos balaceados</i>	55
<i>Gráfico 5. Factores importantes al elegir el alimento</i>	56
<i>Gráfico 6. Calificación del producto</i>	57
<i>Gráfico 7. Salud o rendimiento</i>	58
<i>Gráfico 8. Aspectos importantes</i>	59
<i>Gráfico 9. Información, consejos y ofertas de nuevos productos</i>	59
<i>Gráfico 10. Medios o canales para recibir información</i>	60

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Ubicación</i>	25
<i>Ilustración 2. Instalaciones</i>	28

INTRODUCCIÓN

La riqueza y diversidad de recursos naturales que existe en Ecuador le ofrece a la población la capacidad de elegir y decidir qué actividad económica se ajusta mejor a su entorno y a la demanda interna y externa de nuestra producción. La provincia de Manabí se caracteriza por su gran producción agropecuaria con calidad de exportación, por lo anteriormente mencionado se ha identificado la necesidad de atender a este segmento de mercado como lo es el agropecuario el mismo que es pieza fundamental en la economía de la región y nacional, para ello se propone la instalación de la Planta Procesadora De Alimentos Balanceados PederAgro en la cual se estarán procesando formulas balanceadas de alimentos para animales en función de los estándares específicos de cada productor, sea este del sector acuícola, ganadero (productor bobino, porcino, caprino), sector avícola entre otros, dicho de otra manera se estarán procesando formulas balanceadas personalizadas por nuestros clientes y de la mano con asesoría de nuestros profesionales.

La finalidad del presente trabajo es demostrar la factibilidad del proyecto en el mediano, corto y largo plazo, en este documento existen cuatro capítulos en los que se estará demostrando lo redituable que puede ser la implementación de la planta procesadora PederAgro, con una inversión relativamente baja con respecto a los ingresos estimados.

RESUMEN

Ecuador es un país que goza de una gran diversidad de recursos naturales los mismos que por mucho tiempo han sido fuente de ingresos y generadores de empleo, entre los productos de exportaciones no petroleras tenemos por ejemplo el camarón que en el año 2023 experimento un crecimiento en sus exportaciones con respecto al año anterior. Así mismo en los últimos años el mercado cárnico ha experimentado continuas mejoras en su producción y calidad poniendo en primer lugar la cría y reproducción de ganado bobino seguido de la cría de cerdos, ganado caprino, aves de corral entre otro tipo de cría y cultivo de especies.

El cantón pedernales es conocido por ser productor de los productos mencionados anteriormente siendo su fuerte el cultivo de camarón y la producción de ganado bobino al mismo tiempo ocupa el octavo lugar de los cantones más poblados de la Provincia de Manabí. Por lo tanto, el cantón pedernales es el lugar idóneo para la implementación de la planta procesadora de alimentos balanceados PederAgro la misma que busca satisfacer la demanda de la producción de alimentos balanceados para las diferentes actividades del sector agropecuario, es por eso que en los siguientes capítulos estaremos demostrando la rentabilidad del proyecto planteado.

Palabras claves: Planta, PederAgro, Balanceados, Pedernales, Agropecuario.

CAPÍTULO 1. ESTUDIO ESTRATÉGICO

1.1 Análisis Estratégico

1.1.1 Análisis del Macroentorno

En la actualidad ciertos grupos del sector primario, familias y emprendedores han identificado en la cría, producción, reproducción y cultivos de diferentes especies una oportunidad de crecimiento económico social, sociocultural y de libertad financiera pero debido al proceso de expansión y automatización de las industrias competir se ha tornado un poco desventajoso.

Es por eso por lo que hemos identificado la necesidad de suministros y alimentos que demandan estos grupos. Al mismo tiempo se identificó la oportunidad de interactuar con el comercio rural al adquirir ciertas materias primas importantes para elaboración de los balanceados, generando una dinámica económica con un mayor alcance que beneficiará no solo a nuestro mercado objetivo sino también a productores de otros segmentos, esto garantizará la seguridad y soberanía alimentaria de la zona y servirá como referente para otros territorios

1.1.2 Análisis de la Industria

Para introducirnos en la industria de alimentos balanceados es importante hacer un análisis de nuestros potenciales competidores para de esta manera determinar qué tipo de ventaja podemos desarrollar. Para llevar a cabo dicho análisis utilizaremos la matriz de las 5 fuerzas de PORTER.

Tabla 1. Las 5 fuerzas de PORTER

Las 5 fuerzas de PORTER.	
Amenaza de nuevos competidores	<p>Esto hace referencia a las barreras de entrada a las que se enfrentan los nuevos competidores las cuales pueden ser, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ La capacidad instalada que poseen las empresas ya existentes. ▶ Escasez de capital, ya que montar una industria requiere grandes cantidades de este. ▶ El grado de diferenciación del producto. ▶ Acceso a canales de distribución ya que al existir marcas que están posesionadas en el mercado será más difícil convencer a los compradores.
Amenaza de productos sustitutos	<p>Considerando la delimitación geográfica del mercado En el mercado existe una gran variedad de productos sustitutos las cuales pueden imponer condiciones y desventajas a las empresas que participan en determinados sectores entre estas amenazas podemos denotar las siguientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Imponen un techo a los precios reduciendo el margen de utilidad esperado. ▶ Al existir mayor cantidad de sustitutos menor será el poder de mercado de la empresa.
Poder de negociación de los proveedores	<p>Al momento de seleccionar proveedores se deben estatuir ciertos criterios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Que estos no tengan la intención o capacidad de convertirse en nuestros competidores. ▶ Nuestro stock de proveedores debe ser mayor a uno, de esta manera el proveedor no tendrá poder de negociación. ▶ Deben tener la capacidad de mantener un stock de productos al mismo tiempo que conozca del comportamiento y tendencias de la industria.
Poder de negociación de los clientes	<p>Al existir determinados números de empresas competidoras el consumidor tiene la capacidad de optar por la opción más económica o de influir en los precios de mercado.</p>

Elaborado por: Autor

1.1.3 Análisis PESTEL

Para tener una visión holística del mercado en el que vamos a incursionar es importante analizar ciertas variables del macroentorno y de cómo estas interactúan e influyen en nuestra propuesta de negocio, las cuales están descritas en la matriz PESTEL a continuación.

Tabla 2. Análisis PESTEL

Factor	Variable	Impacto	Oportunidad	Amenaza
---------------	-----------------	----------------	--------------------	----------------

POLÍTICO

Cambio De
Gobierno

(Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2024)Entre el 24 de noviembre de 2023, día que asumió el poder el Gobierno actual, hasta el 05 de marzo de 2024, el Proyecto CampoSeguro, que ejecuta el MAG, aprobó un total de 3.295 pólizas de seguro agrícola, que representan 7.940,50 hectáreas aseguradas, entregándose un valor de 331.445,34 dólares por concepto del 60%, 40% y 20% de subvención.

X

ECONÓMICO

Exportaciones

(González, 2024)Las exportaciones de camarón alcanzaron las 111.512 toneladas en abril de 2024, un volumen récord para este sector, pues sería la cantidad más grande que se ha exportado de camarón en un mes, según la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor).

X

SOCIOCULTURAL

Producción
ganadera

Manabí posee 807.135 cabezas de ganado bovino, la mayor población se encuentra en la zona norte con 549.866 cabezas, destaca la microrregión nororiental con 353.830 bovinos, los cantones con mayor tenencia de ganado bovino en esta zona son: Chone, Pedernales y Flavio Alfaro con 193.310, 117.171 y 114.050 cabezas de ganado bovino, respectivamente. (María, y otros, 2022)

Gustos y
preferencias

Para los productores en la actualidad elaborar sus propios alimentos es fundamental para obtener resultados específicos en función de su actividad, y gracias a la gran cantidad de información disponible y con la asesoría de un profesional especializado el productor podrá hacer sus pedidos por cantidad y medidas que mejor le convenga

X

		incluso podrá mejorar la calidad del alimento con respecto a los ya existentes en el mercado.	
TECNOLÓGICO	Marketing	Entre las características del marketing digital podemos denotar que esta alternativa demanda menos costos, no genera contaminación (visual, auditiva, ambiental), tiene un mayor alcance, se encuentra disponible las 24 horas del día y es interactivo.	X
ECOLÓGICO	Cambio Climático	El cambio climático está relacionado directamente con los trastornos en actividades como, por ejemplo: en la acuicultura, podemos observar que la consecuencia del incremento de las lluvias sería una reducción en la salinidad del agua, mientras que el efecto de la ausencia de lluvias implica un incremento en la salinidad del agua. Entonces se puede concluir que la fluctuación en la salinidad del agua inhibe en los camarones la capacidad de osmorregulación.	X
LEGAL	Constitución De La Republica	(AGROCALIDAD, 2016)El artículo 13 de la Constitución de la Republica del Ecuador establece que "las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria".	X

Elaborado por: Autor

1.1.4 Análisis Interno

(Ortega, s.f.) Toda empresa está construida para ofrecer algún tipo de ventaja o recurso específico a su mercado objetivo. El marco VRIO es un análisis interno que ayuda a las empresas a identificar las ventajas y los recursos que les dan una ventaja competitiva.

El marco VRIO es un acrónimo de las diversas medidas de éxito que se relacionan con su negocio. Incluye valor, rareza, imitabilidad y organización.

Valioso	Raro
Se propone elaborar un producto con los parámetros y estándares establecidos por el cliente ya que cada segmento se especializa en enfoques diferentes por lo tanto se puede decir que las fórmulas para cada cliente serán únicas para cada uno de ellos.	Cada cliente decidirá como y en que cantidades elaborar los alimentos, ellos llevaran las fórmulas y en la planta se procederá a elaborarlas.
Inimitable	Organización
Los clientes serán libres de elegir en que cantidades desean procesar sus alimentos, la planta y el personal estarán a disposición del cliente para brindar asesoría técnica y profesional para complementar y satisfacer las necesidades del cliente.	La organización es clave en el proceso de producción de la planta. Por lo tanto, el personal y la maquinaria están dispuestos en tal orden que se pueda maximizar recursos económicos y de tiempo.

Tabla 3. Análisis de la matriz VRÍO

Elaborado por: Autor

1.1.5 Análisis FODA

Factores internos	Factores externos
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Personal capacitado▶ Asesoramiento en función las necesidades del cliente.▶ Elaboración del producto de acuerdo con los requerimientos del cliente.▶ Personal con vocación para servir al cliente.	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Tendencia creciente en el mercado por consumir productos orgánicos.▶ Acuerdos comerciales.▶ Leyes que promueven las buenas prácticas y benefician a estos sectores.▶ Proyectos de ley que favorecen a los sectores Empresariales.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Capital suficiente para invertir en alta tecnología,▶ No contar con un departamento de investigación y desarrollo.▶ Ser un participante nuevo en el mercado.	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Problemas entre el ejecutivo y el legislativo que a la vez generan descontento social.▶ Poder de los competidores ya posesionados en el mercado.▶ Acuerdos comerciales.

Tabla 4. Análisis FODA

Elaborado por: Autor

1.2 Planteamiento Estratégico

1.2.1 Visión y Misión

Visión

“Ser una empresa líder en el mercado local y regional”.

Misión

“Obtener un alto índice de reconocimiento y participación a nivel de la provincia y la región, incorporando a los sectores desatendidos, y propendiendo a la participación de todos los sectores acuícolas y agropecuarios”

1.2.2 Objetivos Estratégicos

- Analizar la demanda actual de balanceados para los sectores avícola, ganadero y acuícola en el cantón pedernales y cantones aledaños.
- Identificar las necesidades, gustos y preferencias del consumidor.
- Evaluar la rentabilidad financiera del proyecto.
- Crear una opción más económica, pero con los mismos estándares de calidad que nos permitan posesionarnos en el mercado.

1.2.3 Estrategias

*Tabla 5.
para Aplicar*

Estrategias

Segmento	Actividades
Plataforma digital	Integrar y agrupar comunidades con interese en común con la finalidad de identificar sus necesidades, inquietudes y opiniones para de esta manera dividir a nuestros clientes en diferentes grupos, pueden ser estos del sector de la ganadería o la acuicultura.
Asistencia personal	Consiste en atención personal y personalizada sea está en la planta o donde el cliente lo requiera.
Relación de creación colectiva	Apalancándose a las plataformas digitales se podrá recolectar y gestionar experiencias y conocimientos y en función de esto crear nuevas redes de conocimientos.
Suscripciones	Otorgar cierta clase de beneficios y descuentos para de esta manera establecer una relación comercial de largo plazo en donde ambas partes interesadas resulten beneficiadas
Foros	Impartir los nuevos conocimientos que se hayan generado colectivamente e interactuar con los diferentes grupos de productores.

Elaborado por. Autor

1.2.4 Sistema de Valores

Nuestro sistema de valores se basa principalmente en el fortalecimiento de las bases en ética, transparencia y respeto, teniendo siempre presente nuestra misión, visión y objetivos. Los valores institucionales son los siguientes:

- **Calidad:** Brindar productos de calidad y auténticos, cumpliendo con los requerimientos específicos de cada cliente.
- **Eficiencia:** Optimizar al máximo los recursos tanto de la empresa como el de los clientes.

- **Confianza:** Desarrollar una relación comercial a largo plazo y lograr que nuestros clientes confíen en nuestra marca y productos, esto lo conseguiremos satisfaciendo las necesidades específicas de cada cliente, cumpliendo con sus expectativas y superando las mismas.
- **Transparencia:** Nuestra clientela tendrá acceso a nuestros, productos, procesos y servicios.

1.2.4.1 Socios y alianzas estratégicas

- Con el objetivo de que la empresa sea reconocida y que la información de los productos esté disponible para el consumidor será necesario de contratar a expertos en el marketing.
- Para alcanzar el objetivo de abrazar el mercado provincial será necesario una asociación con los diferentes grupos productores con la finalidad de que la marca sea reconocida no solo por el nombre sino también por sus atributos.
- Aumentar la calidad y la cantidad de la producción, principalmente mediante inversión tecnológica para la producción.
- Contratación de un plan de logística de calidad para los productores que se encuentran fuera de la ciudad.

1.2.4.2 Proveedores

- Para que la empresa pueda competir en el mercado será necesario una alianza con otros productores que cuentan con la misma capacidad instalada que se encuentran en cantones cercanos como lo es, por ejemplo, Santo Domingo de los Tsáchilas
- Para cumplir con la demanda requerida por el mercado será necesario contar con dos o más proveedores de las principales materias primas.
- Respetar los plazos de pago acordados con los proveedores.

- Una de las materias primas más utilizadas para la elaboración de balanceados es el maíz, por lo tanto, se receptorá esta materia prima al precio establecido por el Ministerio de Agricultura es decir que nuestros proveedores pueden ser clientes y productores de la zona.

1.2.4.3 Valor de alianzas claves

Las alianzas claves son indispensable en la vida funcional de la empresa por que es necesario que la empresa se vuelva un todo con la comunidad y con sus proveedores, no simplemente por el ánimo de lucro sino más bien con el fin de prosperar en un ambiente en total armonía con el entorno y con la sociedad.

2 CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis del Mercado de Referencia

El cantón pedernales es considerado un punto de intercambio comercial entre la costa y la sierra en donde interactúan pequeños, medianos y grandes productores y comerciantes tanto del sector primario y terciarios.

El cantón Pedernales se encuentra localizado en la Península de Cojimíes, Provincia de Manabí. Su cabecera cantonal es Pedernales, séptima urbe más grande y poblada de la Provincia de Manabí. Según las proyecciones poblacionales de INEC para 2020, Pedernales tiene una población de más de 63 mil habitantes, donde la población rural predomina ante la urbana que está focalizada en la cabecera cantonal de Pedernales; en la actualidad el agroturismo se perfila como una opción de diversificación económica para los pobladores del cantón. Las actividades económicas del cantón Pedernales, son principalmente aquellas vinculadas al sector terciario, comercio al por mayor y menor (área urbana) y sector primario, agricultura, ganadería y pesca (área rural). (GTRM Ecuador, 2022)

El cantón Pedernales al ser ganadero, agrícola, camaronero y turístico resulta ser una plaza atractiva para la implementación del proyecto, Pedernales cuenta con una extensión de 196.624.54 hectáreas las cuales se encuentran distribuidas de actividad de la siguiente manera:

Tabla 6. Análisis del mercado de referencia

Análisis Del Mercado Referencia		
USO	SUPERFICIE (ha)	PORCENTAJE %
AGRÍCOLA	6138.17	3%
AGROPECUARIO MIXTO	24657.12	12.54%
PECUARIO	62751.28	31.91%
ACUÍCOLA	9072.76	4.61%
TOTAL	102619.33	52.19%

Elaborado por: Autor

2.1.1 Análisis y cuantificación de la demanda actual y futura

Manabí se divide en 22 cantones y Pedernales ocupa el séptimo lugar en lo que se refiere a economía, territorialmente ocupa un área de 1.460,7 kilómetros cuadrados, Pedernales se divide en cuatro parroquias urbanas las cuales son Pedernales, Cojimíes, Diez de agosto y

Atahualpa. Sus principales actividades económicas son: la ganadería, agrícola, acuícola, pesca y turístico. Así mismo actividades del sector terciario.

Es por eso que se considera a pedernales y sus parroquias urbanas como el mercado idóneo para la colocación de una planta procesadora de alimentos balanceados para los distintos tipos de cría y cultivo.

Tabla 7. Tamaño de la población

Cantón	Parroquia	Población
Pedernales	Pedernales	43.049
Pedernales	Cojimíes	18.664
Pedernales	Diez de agosto	6.14
Pedernales	Atahualpa	2.555

Elaborado por: Autor

2.1.2 Análisis y cuantificación de la oferta actual y futura

En el cantón pedernales ya existen negocios dedicados a la venta de alimentos balanceados e insumos para la cría y cultivo de diferentes especies, estos proveedores cuentan con productos tales como maíz, afrecho de arroz, trigo, harina de pescado, melaza, aceite, soja, avena, cebada, aminoácidos, minerales, antibióticos, mejoradores entre otros. Sin duda ofrecen una amplia variedad de productos para los diferentes sectores agrícolas, ganaderos y acuícolas, sin embargo, estos no satisfacen totalmente las necesidades de los diferentes productores, esto debido a sus diferentes necesidades como ya se ha dicho anteriormente.

La propuesta de la planta procesadora de alimentos balanceados consiste principalmente en satisfacer las necesidades específicas de los diferentes sectores agropecuarios ofreciendo a los pequeños, medianos y grandes productores alimentos concentrados de alta calidad con materias primas de origen natural y a un precio competitivo con respecto a la competencia. lo esencial

aquí es lograr una relación comercial a largo plazo que beneficiara tanto a clientes como proveedores.

2.1.3 Cuantificación de la demanda insatisfecha actual y futura

Toda población es libre de elegir como subsistir y en qué condiciones vivir, es por eso que los pedernalences han optado por explotar al máximo sus recursos naturales, ubicación, capital humano, ecosistema entre otros. Pero qué pasa cuando una población se ve limitada a adquirir solo los productos que ofrece el mercado local, obviamente esta población se va a ver obligada a movilizarse a otras ciudades para acceder a productos y servicios que cumplan con sus necesidades y aunque estos productos tengan un costo menor en otras ciudades este ahorro no será significativo debido a los costos de movilización, tiempo y planificación que esto implica.

2.1.4 Determinación de la demanda que atenderá el proyecto

En función de las encuestas realizadas se puede determinar que la población pedernalences y sus parroquias como son Cojimíes, 10 de Agosto y Atahualpa, tienen una alta dinámica económica en la cual sobresalen el sector acuícola seguido de la ganadería bovina y después otros sectores emergentes, pero de igual importancia ya que en este grupo se encuentran familias y emprendedores de sectores avícolas, porcino, caprino etc.

2.2 Plan Comercial

Con la PLANTA PROCESADORA DE ALIMENTOS BALANCEADOS lo que se busca es satisfacer las necesidades no atendidas de los diferentes emprendedores del sector agropecuario del cantón Pedernales, sus parroquias y sectores aledaños, ya que incluso productores del sector camaronero se ven en la necesidad de ir a otras provincias a elaborar sus fórmulas balanceadas para su actividad. Por lo tanto, lo que se plantea es que los productores de los sectores acuícolas, ganaderos, avícolas entre otros tengan la oportunidad de elaborar fórmulas

de alimentos balanceados en el mismo cantón siendo atendidos en un lugar amplio, seguro, con precios competitivos y con materias primas que satisfagan sus necesidades y requerimientos específicos.

2.2.1 Objetivos del plan comercial

- Satisfacer la demanda del mercado
- Posicionamiento de la marca
- Presencia en la web
- Relación comercial de largo plazo
- Fidelización de la clientela

2.2.2 Segmentos de Mercado

Además de ayudarnos a identificar el mercado objetivo una adecuada segmentación de mercado nos dará las pautas para identificar qué factores son los que determinaran el criterio de decisión del cliente como, por ejemplo;

- Cuáles son las expectativas con respecto al producto, además esto nos dará las pautas para utilizar nuestros recursos más eficientemente.
- Cuál es el precio de equilibrio.
- Cuáles serían nuestras estrategias de marketing.
- Y que canales de distribución vamos a utilizar.

2.2.2.1 Tipos de segmentación

- **Segmentación geográfica:** Consiste en segmentar a los clientes en función de la delimitación geográfica, ya que las necesidades de los clientes son diferentes en cada región.

- **Segmentación demográfica:** Aquí se consideran variables como: edad, genero, nivel académico, renta, profesión entre otras.
- **Segmentación psicográfica:** Consiste en organizar al mercado objetivo en función de sus condiciones, conducta, modo de vida e intereses.
- **Segmentación conductual:** Esta se concentra en los patrones de comportamiento que los consumidores asumen con respecto a la marca y en los procesos de toma de decisión.

Segmentación de mercado	
Edad	Entre 15 y 65 años
Sexo	Masculino y femenino
Nivel académico	Primario, secundario y tercer nivel en adelante
Profesión u ocupación	Estudiantes, emprendedores, personas natural y jurídicas

Tabla 8. Segmentación de mercado

Elaborado por: Autor

2.2.3 Producto

PederAgro es una empresa principalmente procesadora de alimentos balanceados para los sectores avícola, ganaderos (ovino, caprino, bobino, equino, porcino) y principalmente para el sector acuícola. PederAgro es una distribuidora y procesadora de alimentos de alimentos balanceados elaborados bajo los estándares de calidad requeridos por los clientes, es decir que nuestros clientes al acudir a nuestra planta procesadora nos proporcionan una formula o dieta en la cual se detallan las proporciones e insumos requeridos y nosotros nos encargamos de suministrar y procesar la materia prima, de esta manera nuestros clientes van a obtener un máximo beneficio en sus actividades y en la inversión de sus recursos.

El perfil de nuestra futura clientela considera a personas de ambos sexos en edades de 15 a 65 años, sean estas naturales o jurídicas es decir que nos enfocamos en todo aquel que desee emprender y en las empresas ya constituidas.

2.2.3.1 Descripción del producto

La empresa incentiva a los emprendedores, productores y pequeños productores a incursionar en las actividades de crías de especies acuáticas y terrestres garantizando a la futura clientela el suministro óptimo de alimentos para dichas actividades en función de esto se identificarán las necesidades y tendencias y se implementarán las estrategias para que tanto el consumidor como el productor alcancen sus metas planteadas.

Debido a la naturaleza de la empresa se consideró que el lugar donde se va a realizar la actividad cuente con suficiente espacio para parqueo de clientes y el espacio para carga y descarga de insumos y así mismo para el área de atención al cliente con esto se persigue hacer una gestión más óptima y al mismo tiempo garantizar la seguridad industrial de todos los implicados en esta actividad.

La empresa contará con amplio stock de insumos para la elaboración de fórmulas alimenticias que solicite el cliente de esta manera cuando los clientes acudan a las instalaciones ellos vendrán con la lista de insumos que quieran agregarle a su balanceado dándole ciertas connotaciones que tal vez en el mercado actual no están disponibles generando calidad al producto terminado maximizando sus recursos y beneficios.

2.2.4 Precio

El negocio se basa principalmente a la venta de insumos para balanceados y posteriormente su respectiva preparación, la misma que depende de los requerimientos técnicos

del comprador ya que la dieta de cada especie sea acuática o terrestre varía en función del enfoque de negocio del cliente.

En base a lo ya expresado anteriormente ejemplificaremos el cálculo del precio unitario por quintal de alimento para gallinas reproductoras considerando las variables que hemos creído pertinentes. La base del cálculo es de manera mensual.

2.2.4.1 Cálculo Del Costo De Producción Unitario.

Tabla 9. Costo del costo de producción unitario

	Detalle	Mensual
M A T E R I A S P R I M A S	Inventario Inicial	\$ 5.000
	Compras	\$ 8.464
	Total de Materias Primas	\$ 13.464
	Inventario Final de Materias Primas	\$ 1.348
	Costo de Materias Primas	\$ 12.116
MANO DE OBRA	Mano de Obra Directa	\$ 1.850
Costos de Fabricación	Costos de Fabricación	\$ 3.639
Total Costo de Producción		\$ 17.605
Producción Mensual Quintales		\$ 1.700
Costos Unitarios Mensuales		\$ 10
Costos Unitarios Individuales	Costo Unit. MP	\$ 7,13
	Costo Unit. Mano de Obra	\$ 1,09
	Costo Unit. Gastos de Fabricación	\$ 2,14

Elaborado por: Autor

Como podemos observar si consideramos los costos directos de fabricación (costo de la materia prima más la mano de obra directa) y le agregamos a la ecuación los costos indirectos de fabricación (costos de fabricación incluidas las depreciaciones y gestión administrativa) el total del costo de producción será de \$17.605,00 equivalentes a 1700 Quintales mensual de balanceado con un costo total unitario de \$10,20 para el productor, de esta manera considera que

la tasa de retorno adecuada debe ser del 40% quedando un precio de venta al público de \$17,00 con una diferencia del 60% por debajo del precio de mercado aproximadamente.

2.2.5 Plaza o Distribución

Los insumos y nuestros profesionales estarán disponibles en las instalaciones de la planta procesadora de alimentos balanceados a la espera de que nuestra clientela acuda por asesoría técnica y de esta manera elabore la fórmula que mejor se adapte a sus requerimientos, al mismo tiempo estaremos atentos a sugerencias para mejorar nuestros servicios, stock y conocimientos.

2.2.5.1 Canal de ventas

2.2.5.1.1 Canal de venta directa

Por la naturaleza y la ubicación del negocio será necesario utilizar un canal venta directa esto debido al modelo comercial del negocio que implica una relación más directa entre el oferente y el consumidor.

2.2.5.2 Canales de distribución

2.2.5.2.1 Distribución directa

Como se mencionó anteriormente la naturaleza comercial del negocio sugiere una interacción directa entre el oferente y el consumidor sin contar con un intermediario comercial, este vínculo directo entre los interesados propende a identificar mejores prácticas y estrategias generadoras de valor.

2.2.5.3 Logística

Para la logística nuestro mejor aliado es la empresa de logística y transporte Tramacoexpress y optaremos por el plan TMC CORPORATIVO el cual consiste en tarifas especiales para pequeñas medianas y grandes empresas.

2.2.6 Promoción

Para llevar a cabo las tareas de comunicación asesoría y difusión de la marca y los productos de la empresa se consideró que la opción que marca la tendencia en estos ámbitos es Facebook Business Suite.

Empleando las palabras de (Meta, 2022) Facebook Business Suite es una herramienta gratuita que te permite administrar tus cuentas de Facebook, Instagram y Messenger desde un único lugar, lo que te permite ahorrar tiempo y simplifica la forma en que te conectas con tus clientes.

Ya sea que lo uses en una computadora o un dispositivo móvil, con Business Suite es más fácil ver las notificaciones y responder mensajes rápidamente. También puedes crear o programar publicaciones, historias y anuncios de tu empresa, y encontrarás estadísticas de gran utilidad para optimizar tus esfuerzos en el proceso.

2.2.6.1 Relación con los clientes

La relación con los clientes es una dinámica que va más allá de ofertar los bienes o servicios a través de los canales de comunicación e indiferente al canal elegido por el cliente tenemos que asegurarnos de este le haya brindado una excelente experiencia de interacción con la empresa.

2.2.6.2 Relación de asistencia personal

Consiste en un sistema de atención personal entre un miembro de la empresa y el cliente, esta interacción puede ser llevada a cabo en la empresa físicamente o a través de un medio virtual, esta alternativa de relación con el cliente ofrece una atención exclusiva, individualizada y personalizada para el cliente agregando valor a la propuesta de negocio y reforzando los lazos comerciales con el cliente.

2.2.6.3 Relación colectiva o de comunidades

Fundamentalmente lo que se persigue mediante esta metodología es integrar y agrupar comunidades con intereses en común haciendo uso de las plataformas virtuales y mediante estas conocer cuáles son sus opiniones y necesidades. Es importante destacar que mediante este método podremos interactuar e intercambiar conocimientos mediante foros y otras actividades. Otros puntos a favor de esta metodología es que se logra fidelizar al cliente con la marca y al mismo tiempo pueden obtener beneficios bilaterales a través de suscripciones.

2.2.6.4 Relación de creación colectiva

Este tipo de relación va de la mano con la relación colectiva apalancándose en las plataformas digitales para la correcta gestión, lo que se persigue con esto es que a través de aportes voluntarios de información experiencias y contenido crear nuevas redes de conocimiento que permitan a los diferentes grupos o comunidades implementar estos nuevos conocimientos.

2.2.7 Presupuesto de Marketing

El presupuesto para el marketing será de \$200 dólares mensuales, estos valores serán asignados de la siguiente manera; \$100 dólares para publicidad utilizando las tecnologías de META (Facebook, Instagram) y \$100 dólares para cuñas publicitarias de 30 segundos en radio La Nueva Radio Tropical 92.9 FM.

Presupuesto de marketing		
Medio de difusión	Precio mensual	Total anual
Tecnologías META	100	1200
Radio la Nueva RadioTropical 92.9 FM	100	1200
Totales		2400

Tabla 10. Presupuesto de marketing

Elaborado por: Autor

En función de las personas encuestadas se pudo determinar que nuestro mercado objetivo utiliza las redes sociales (Facebook e Instagram) para compra y comercialización de productos y servicios, también, aunque en menor cantidad para llegar a lugares donde la conectividad es deficiente se determinó que la publicidad radial es la mejor herramienta para hacer conocer nuestros productos y servicios.

3 CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO- ORGANIZACIONAL

3.1 Estudio Técnico

3.1.1 Capacidad de producción

La planta de producción molino y mezcladora cuenta con una capacidad instalada máxima de 5720 quintales al mes es decir que puede producir 220 quintales diarios respetando los rangos de trabajo, para base del cálculo anterior se estableció una producción de 70 quintales día.

3.1.2 Plan de Producción

Podemos decir que la producción inicia desde la llegada del cliente a la planta, ya que este puede agendar con anticipación su visita a la planta para el uso de las instalaciones esto en el caso de un cliente que ya tenga sus fórmulas elaboradas, en el caso de ser un cliente que este iniciando se le brindara la respectiva asesoría. Partiendo desde este punto los pasos a seguir son los siguientes:

- Selección de ingredientes
- Pesado y mezcla
- Molienda
- Peletizadora
- Secado
- Envase y sellado

Al ser alimentos para el sector agropecuario no será necesario pasos como El Pre-Acondicionamiento o la Extrusión.

Para evitar los riesgos de contaminación de las fórmulas entre si será necesaria la limpieza de la maquinaria con agua a presión, esto no significa una perdida en la producción ya que para la elaboración de las fórmulas también existen diferentes medidas que van desde 1.2mm hasta 8mm, es decir que con cada diferente orden procederemos con la sanitización la maquinaria, en el caso de la peletizadora tenemos que cambiar los rodillos y la matriz o troquel de diámetro.

3.1.3 Localización

La Planta Procesadora De Alimentos Balanceados estará ubicada en el cantón Pedernales urbanización María Luisa considerada como área comercial, en donde ya existen talleres mecánicos, talleres de pintura, aserraderos y fábrica de ladrillos para ser más precisos el predio está en la entrada de dicho cantón en la vía principal del Carmen Pedernales, cuenta con un área de 498 metros cuadrados local esquinero.

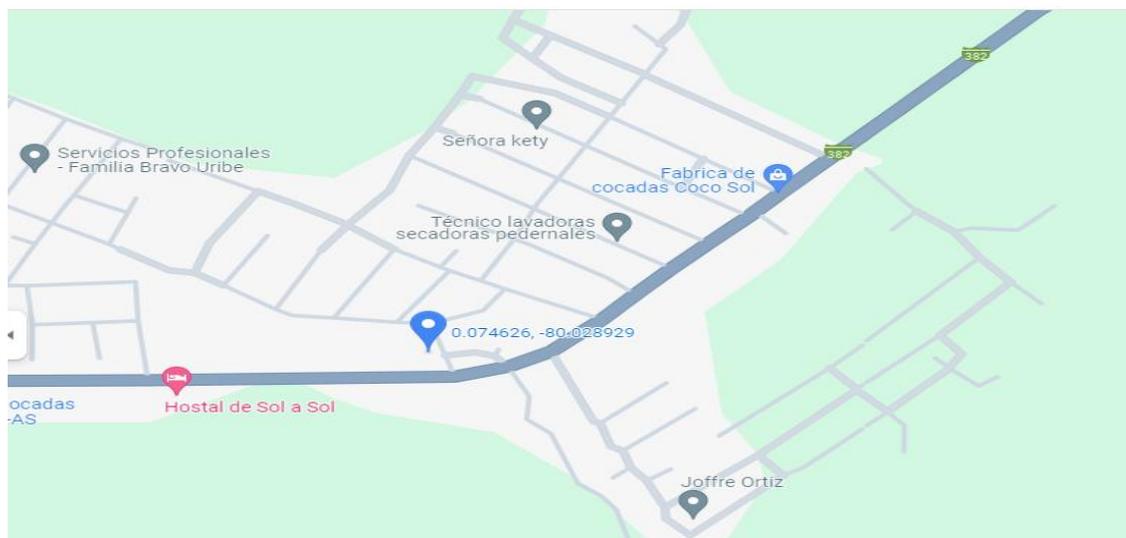


Ilustración 1. Ubicación

Elaborado por: Autor

3.1.4 Ingeniera del proceso productivo

(EDS ROBOTICS, 2021) La ingeniería de procesos se encarga de planificar todos los procesos de producción de una empresa para su correcta ejecución. El uso de los recursos y de las técnicas de producción requieren de un diseño previo para su correcta puesta en marcha. Es aquí cuando entra en marcha la ingeniería de procesos optimizando todos los sistemas que se implantan dentro de una compañía, para que así la producción pueda cumplir con los objetivos previstos y deseados.

Lo que se busca en este punto es la correcta utilización de los recursos, físicos, financieros, humanos y de tiempo con la finalidad de incrementar la eficiencia y la calidad.

3.1.5 Requerimientos de materia prima, insumos y materiales

Como ya se planteó anteriormente nuestra empresa se ha propuesto comprar la producción de maíz de la zona ya que este constituye del 50 al 60 por ciento de la composición de nuestros alimentos balanceados al mismo tiempo resultara en un intercambio comercial favorable para ambas partes. Con respecto a los insumos que no se producen en zona nuestros proveedores serian.

- **Industria Harinera del Pacifico S.A. Inharipac** (Proveedor de harina de pescado, aceite de pescado) **Jaramijó**
- **AGROANDRES INSUMOS** (Proveedores de Probióticos, Enzimas, Artemia, Calizas, Aditivos y Promotores de Crecimiento) **Provincia Del Oro**
- **MEGAGROSTORE** (Melaza, Sales Minerales) **Machachi**

- **AGRICOLA EL GRANITO** (Proveedores de, Afrechos, Avenas, Harinas De Maíz, Maíz, Soja, Palmiste entre otras materias primas de origen vegetal) **Santo Domingo De Los Tsáchilas**

3.1.6 Requerimiento de mano de obra directa e indirecta

MANO DE OBRA	SBUM
1 Profesional Agrónomo	800
Operador 1	525
Operador 2	525

Tabla 11. Mano de obra directa

Elaborado por: Autor

Tabla 12. Mano de obra indirecta

Sueldos y salarios Administrativos	
Gerente	1200
Secretaria	525
Pasante movilización	200

Elaborado por: Autor

3.1.7 Requerimiento de activos fijos para área operativa

Tabla 13. Activos fijos

Activos Fijos	
Planta	Valor de compra incluye instalación
Galpon 200mts	15000
Mezcladora	4000
Peletizadora	4000
Secadora	2000
Herramientas	1350
Equipo de oficina	3000
Muebles de oficina	1100
Total	30450

Elaborado por: Autor

3.1.8 Distribución de instalaciones (layout)

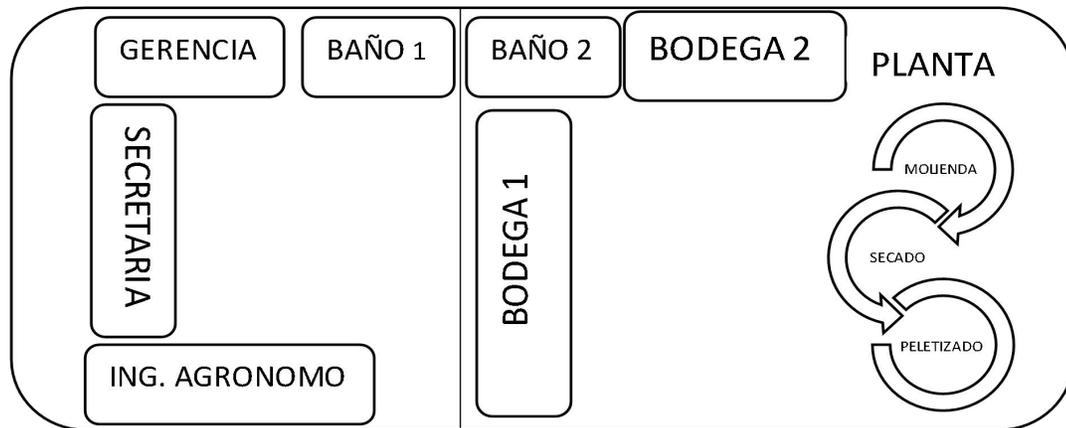


Ilustración 2. Instalaciones

Elaborado por: Autor

3.2 Estudio Organizacional

3.2.1 Datos generales de la empresa

PederAgro es una empresa procesadora de alimentos balanceados que se especializa en la preparación de fórmulas balanceadas para los distintos sectores agropecuarios en el cantón Pedernales, sus parroquias y la zona.

Información General	
Razón Social	PederAgro
RUC	1722287941001
E-mail	pederagro2024@gmail.com
Representante legal	Diego Naranjo
Contacto	990575700

Tabla 14. Información general

Elaborado por: Autor

3.2.2 Arquitectura organizacional: organigrama

La estructura organizacional de PederAgro está dispuesta de la siguiente manera.

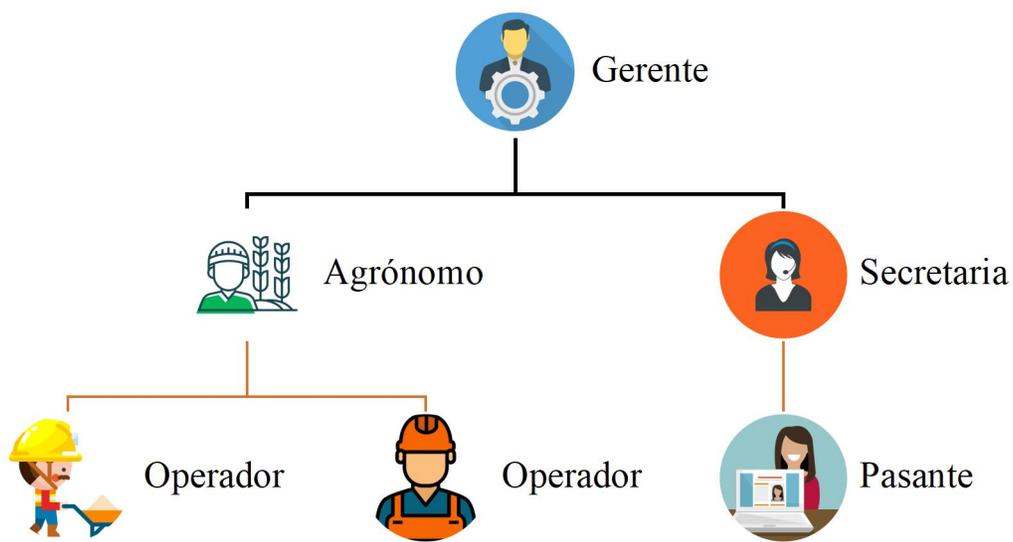


Tabla 15. Organigrama

Elaborado por: Autor

3.2.3 Distribución de Funciones y Responsabilidades

Tabla 16. Cargo, grado de especialización, función

Cargo	Grado de especialización	Función
Gerente	Título de tercer nivel en Economía carreras administrativas y materias afines. Experiencia mínima de tres años en administración, experiencia en ventas, que se un líder capaz de dirigir al equipo de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Negociaciones con proveedores y clientes. ▶ Creador de estrategias que permiten alcanzar los objetivos de la empresa. ▶ Gestor de conocimiento. ▶ Liderar al equipo de trabajo.
	Título de tercer nivel en adobe comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Será el encargado de los grupos y programas con los que se va a generar nuevos conocimientos y prácticas sustentables y amigables con el medio ambiente
Operadores	Título de bachiller técnico o tecnólogo, no tener antecedentes penales, experiencia mínima de tres años en bodega o logística.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Se encarga de recibir la materia prima. ▶ Operar el molino y la mezcladora. ▶ Suministrar la materia prima a la planta según los parámetros requeridos por el cliente. ▶ Llevar control de inventario. ▶ Mantenimiento de la maquinaria. ▶ Tener ordenada el área de trabajo.
Secretaria	Título de tercer nivel preferiblemente en contabilidad y auditoría, experiencia mínima dos años, que sepa administrar contenido para las diferentes plataformas y redes sociales de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Encargada de la caja. ▶ Ingresar facturas. ▶ Asistente contable. ▶ Administrar la publicidad en las redes sociales.
Pasante	Tiene que ser estudiante de segundo o tercer nivel en carreras afines al sector agrario o ingenierías.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Asistente del ingeniero agrónomo y de la secretaria. ▶ Atención y asesoría al cliente.

Elaborado por: Autor

3.2.4 Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas

Tabla 17. Maquinarias y equipos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS						
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO INVERSIÓN	
Mezcladora	Unidad	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$	4.000,00
Peletizadora	Unidad	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$	4.000,00
Secadora	Unidad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$	2.000,00
Hidrolavadora BP 7HP a gasolina	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$	400,00
Balanzas capacidad 200kg	Unidad	2	\$ 200,00	\$ 400,00	\$	400,00
Selledoras para sacos	Unidad	2	\$ 125,00	\$ 250,00	\$	250,00
Estractor de aire	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$	150,00
Herramientas(jgo dados, jgo llaves)	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$	150,00
TOTAL				\$ 11.350,00	\$	11.350,00

Elaborado por: Autor

Tabla 18. Equipos de oficina

EQUIPO DE OFICINA						
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO INVERSIÓN	
Aire acondicionado 12.000 BTU	Global	1	\$ 270,00	\$ 270,00	\$	270,00
TOTAL				\$ 270,00	\$	270,00

Elaborado por: Autor

Tabla 19. Equipos de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO INVERSIÓN	
Computadora HP ALL IN ONE	Global	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$	1.200,00
Computadora Portatil	Global	1	\$ 780,00	\$ 780,00	\$	780,00
Impresora	Global	2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$	600,00
teléfono Convencional	Global	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$	25,00
Kit Cámara de Seguridad	Global	1	\$ 125,00	\$ 125,00	\$	125,00
TOTAL				\$ 2.730,00	\$	2.730,00

Elaborado por: Autor

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO INVERSIÓN	
Escritorios ejecutivos	Global	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	
Escritorio colaborativo	Global	1	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	
Sillas ejecutivas	Global	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	
sillas secretaria	Global	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	
Archivador aéreo	Global	1	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	
Estanteria	Global	2	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 400,00	
TOTAL				\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	

Tabla 20. Muebles y enseres de oficina

Elaborado por: Autor

3.2.5 Requerimiento de personal para áreas administrativas

Para el area administrativa de la planta procesadora de alimentos balanceados PederAgro sera necesario contar con un gerente administrativo que conozca del proceso productivo que pueda fomentar el trabajo en equipo, que tenga al personal motivado, tiene que ser una persona integra y confiable, es decir un lider en todo el sentido de la palabra. Asi mismo debera contar con la colaboracion de una secretaria que se encargara de tener al dia la informacion financiera.

3.3 Estudio Legal

Es de conocimiento público que todo establecimiento actividad o negocio requiere ciertos permisos para su funcionamiento, la planta procesadora de alimentos balanceados PederAgro para iniciar sus actividades se apertura con RUC de persona natural no obligada a llevar contabilidad en este caso los permisos con los que tendrá que contar son.

- Apertura de actividad en el SRI
- Patente municipal
- Permiso cuerpo de bomberos
- Permiso de funcionamiento otorgado por la ARCSA

Al momento de aperturar nuestra actividad en el SRI debemos ser lo bastante específicos y preferiblemente añadir el mínimo de actividades posibles, para la patente municipal ya debemos contar con un RUC y uno o varios establecimientos así mismo debemos solicitar el o los respectivos permisos de uso de suelo y si existiese publicidad solicitar también el permiso de publicidad y propaganda, en el caso del permiso del cuerpo de bomberos se puede solicitar la inspección en línea o hacer una autoinspección en línea y finalmente para el permiso de funcionamiento otorgado por la ARCSA hay que crear un usuario y seguir los respectivos pasos.

4 CAPÍTULO 4: ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Horizonte De Tiempo Del Plan Financiero

4.1.1 Plan De Inversión

Tabla 21. Plan de inversión

Planta	Activos Fijos			
	Valor de compra incluye instalación			
Galpón 200mts	15000			
Mezcladora	4000			
Peletizadora	4000			
Secadora	2000			
Herramientas	1350			
Equipo de oficina	3000			
Muebles de oficina	1100			
Total	30450			

	1188	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
MATERIA PRIMA				
RECETA BALANCEADO QUINTAL	475		10.2	4846.40
RECETA BALANCEADO QUINTAL	356		10.2	3634.80
RECETA BALANCEADO QUINTAL	178		10.2	1817.40
RECETA BALANCEADO QUINTAL	59		10.2	605.80
RECETA BALANCEADO QUINTAL	119		10.2	1211.60
				12116.00
Flujo Operacional	2434.00			
Total Préstamo	45000.00			

Elaborado por: Autor

4.1.2 Flujo Depreciaciones, Amortizaciones Y Valor De Salvamento

Flujo de Depreciaciones de Activos Fijos				
Planta	Costo Original	Años Dep	Dep. Anual	Dep Mensual
Galpón 200mts	15000	20	750	62.50
Mezcladora	4000	10	400	33.33
Peletizadora	4000	10	400	33.33
Secadora	2000	10	200	16.67
Herramientas	1350	10	135	11.25
Equipo de oficina	3000	10	300	25.00
Muebles de oficina	1100	10	110	9.17
Total depreciaciones				191.25

Tabla 22. Flujo de depreciación de activos fijos

Elaborado por: Autor

4.2 Plan De Financiamiento

Para financiar el 100% del proyecto se accederá a un crédito de línea abierta en el BANCO DEL PICHINCHA, el capital solicitado es de \$ 49000 con una tasa de interés del 12% a un periodo de 36 meses utilizando el método de amortización alemán.

Tabla 23. Plan de financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO				
Capital	49.036,81			
Tasa Interes	12%			
Periodos (meses)	36			
Dividendo	1.450,00			
Activos Fijos				
Planta	Valor de Compra incluye instalacion			
Galpon 200mts	15.000,00			
Maquinarias y Equipos	11.350,00			
Equipo de Oficina	270,00			
Equipo de Computación	2.730,00			
Muebles y Enseres de Oficina	1.100,00			
Total	30.450,00			
MATERIA PRIMA	1188			
RECETA BALANCEADO ACUICOLA	QUINTAL	475	10,2	4.846,40
RECETA BALANCEADO BOVINO	QUINTAL	356	10,2	3.634,80
RECETA BALANCEADO PORCINO	QUINTAL	178	10,2	1.817,40
RECETA BALANCEADOS CAPRINO	QUINTAL	59	10,2	605,80
RECETA BALANCEADO AVICOLA	QUINTAL	119	10,2	1.211,60
				12.116,00
Flujo Operacional				6.470,81
Total Prestamo				49.036,81

Elaborado por: Autor

4.2.1 Tabla De Amortización

Tabla 24. Tabla de amortización

Tabla de Amortización						
Periodo	Capital	Tasa de Interes	Intereses	Amortización	Dividendo	Saldo Capital
1	49.011,81	12,00%	163,37	1.361,44	1.524,81	47.650,37
2	47.650,37	12,00%	158,83	1.361,44	1.520,27	46.288,93
3	46.288,93	12,00%	154,30	1.361,44	1.515,74	44.927,49
4	44.927,49	12,00%	149,76	1.361,44	1.511,20	43.566,05
5	43.566,05	12,00%	145,22	1.361,44	1.506,66	42.204,61
6	42.204,61	12,00%	140,68	1.361,44	1.502,12	40.843,18
7	40.843,18	12,00%	136,14	1.361,44	1.497,58	39.481,74
8	39.481,74	12,00%	131,61	1.361,44	1.493,04	38.120,30
9	38.120,30	12,00%	127,07	1.361,44	1.488,51	36.758,86
10	36.758,86	12,00%	122,53	1.361,44	1.483,97	35.397,42
11	35.397,42	12,00%	117,99	1.361,44	1.479,43	34.035,98
12	34.035,98	12,00%	113,45	1.361,44	1.474,89	32.674,54
13	32.674,54	12,00%	108,92	1.361,44	1.470,35	31.313,10
14	31.313,10	12,00%	104,38	1.361,44	1.465,82	29.951,66
15	29.951,66	12,00%	99,84	1.361,44	1.461,28	28.590,22
16	28.590,22	12,00%	95,30	1.361,44	1.456,74	27.228,78
17	27.228,78	12,00%	90,76	1.361,44	1.452,20	25.867,34
18	25.867,34	12,00%	86,22	1.361,44	1.447,66	24.505,91
19	24.505,91	12,00%	81,69	1.361,44	1.443,13	23.144,47
20	23.144,47	12,00%	77,15	1.361,44	1.438,59	21.783,03
21	21.783,03	12,00%	72,61	1.361,44	1.434,05	20.421,59
22	20.421,59	12,00%	68,07	1.361,44	1.429,51	19.060,15
23	19.060,15	12,00%	63,53	1.361,44	1.424,97	17.698,71
24	17.698,71	12,00%	59,00	1.361,44	1.420,43	16.337,27
25	16.337,27	12,00%	54,46	1.361,44	1.415,90	14.975,83
26	14.975,83	12,00%	49,92	1.361,44	1.411,36	13.614,39
27	13.614,39	12,00%	45,38	1.361,44	1.406,82	12.252,95
28	12.252,95	12,00%	40,84	1.361,44	1.402,28	10.891,51
29	10.891,51	12,00%	36,31	1.361,44	1.397,74	9.530,07
30	9.530,07	12,00%	31,77	1.361,44	1.393,21	8.168,64
31	8.168,64	12,00%	27,23	1.361,44	1.388,67	6.807,20
32	6.807,20	12,00%	22,69	1.361,44	1.384,13	5.445,76
33	5.445,76	12,00%	18,15	1.361,44	1.379,59	4.084,32
34	4.084,32	12,00%	13,61	1.361,44	1.375,05	2.722,88
35	2.722,88	12,00%	9,08	1.361,44	1.370,52	1.361,44
36	1.361,44	12,00%	4,54	1.361,44	1.365,98	0,00

Elaborado por: Autor

4.3 Proyecciones de ingresos operacionales

4.4 Proyecciones De Costos Y Gastos Operacionales

En la siguiente tabla se muestran las proyecciones de los ingresos operacionales y al mismo tiempo los costos y gastos operacionales estimados de manera mensual para el año 2024 proyectados de manera anual para los siguientes 3 años.

Tabla 25. Flujo proyectado de ingresos, costos y gastos

Detalle	AÑO 0	FLUJO PROYECTADO (3 años)												2024	2025	2026	2027
		2024															
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE				
INGRESOS OPERACIONALES		28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	346.800,00	364.140,00	382.347,00	401.464,35
INGRESOS POR VENTAS		28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	28.900,00	346.800,00	364.140,00	382.347,00	401.464,35
COSTOS DE PRODUCCION		14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	14.592,91	175.114,96	152.661,60	160.294,68	168.309,41
COMPRA DE MATERIA PRIMA		12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	12.116,00	145.392,00	152.661,60	160.294,68	168.309,41
MANO DE OBRA DIRECTA		1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	1.850,00	22.200,00	23.310,00	24.475,50	25.699,28
COSTOS INDIRECTOS DE FACBRICACION		626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	626,91	7.522,96	7.899,11	8.294,06	8.708,77
GASTOS ADMINISTRATIVOS		3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	3.993,90	47.926,76	50.323,10	52.839,25	55.481,22
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	10.313,19	123.758,28	161.155,30	169.213,07	177.673,72
FLUJO DE INVERSION		49.036,81	1.525,59	16.781,49	16.781,49	16.781,49	0,00										
Activos Fijos		30.450,00															
Materia Prima		12.116,00															
Flujo Operacional		6.470,81															
PRESTAMOS BANCOS	49.000,00		1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	1.525,59	16.781,49	18.307,08	18.307,08	0,00
FLUJO NETO GENERADO		-38.723,62	8.787,60	106.976,79	144.373,82	152.431,58	177.673,72										
SALDO INICIAL DE CAJA Y BANCOS		49.000,00	10.276,38	19.063,98	27.851,58	36.639,18	45.426,78	54.214,38	63.001,98	71.789,58	80.577,18	89.364,78	98.152,38	0,00	106.976,79	251.350,61	403.782,19
FLUJO TOTAL ACUMULADO	49.000,00	10.276,38	19.063,98	27.851,58	36.639,18	45.426,78	54.214,38	63.001,98	71.789,58	80.577,18	89.364,78	98.152,38	106.939,98	106.976,79	251.350,61	403.782,19	581.455,91

Elaborado por: Autor

4.5 Estado De Pérdidas Y Ganancias Proyectado

Tabla 26. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	2024	2025	2026	2027
Ingresos	346.800,00	364.140,00	382.347,00	401.464,35
Ingresos de Actividades Ordinarias	346.800,00	364.140,00	382.347,00	401.464,35
Costos	175.114,96	183.870,71	193.064,24	202.717,46
Costos de Venta y Producción	175.114,96	183.870,71	193.064,24	202.717,46
Materia Prima	145.392,00	152.661,60	160.294,68	168.309,41
Mano de Obra Directa	22.200,00	23.310,00	24.475,50	25.699,28
Costos Indirectos de Fabricación	7.522,96	7.899,11	8.294,06	8.708,77
Utilidad Operativa	171.685,04	180.269,29	189.282,76	198.746,89
Gastos	64.708,25	68.630,17	71.146,33	55.481,22
Gastos de Actividades Ordinarias	47.926,76	50.323,10	52.839,25	55.481,22
Gastos No Operacionales	16.781,49	18.307,08	18.307,08	0,00
Utilidad Neta antes de Impuestos	106.976,79	111.639,12	118.136,43	143.265,68
Participación de Trabajadores	16.046,52	16.745,87	17.720,46	21.489,85
Impuesto a la Renta	20.004,66	20.876,52	22.091,51	26.790,68
Utilidad Accionistas	70.925,61	74.016,74	78.324,45	94.985,15

Elaborado por: Autor

4.6 Balance General Proyectado

Tabla 27. Balance general

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	2024	2025	2026	2027
Activos	153.076,79	210.957,00	280.524,38	367.632,48
Activo Corriente	82.818,04	140.889,50	211.221,88	301.772,48
Efectivo y Equivalentes a Efectivo	37.702,04	90.217,70	154.221,49	237.557,82
Cuentas y Documentos por Cobrar	33.000,00	37.950,00	43.642,50	50.188,88
Inventario	12.116,00	12.721,80	13.357,89	14.025,78
Materia Prima	12.116,00	12.721,80	13.357,89	14.025,78
Activos No Corrientes	70.258,75	70.067,50	69.302,50	65.860,00
Propiedad, Planta y Equipos	70.258,75	70.067,50	69.302,50	65.860,00
Terrenos	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
Edificios	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Instalaciones	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Maquinarias y Equipos	11.350,00	11.350,00	11.350,00	11.350,00
Equipos de Computación	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
(-) Depreciación Acumulada Propiedades, Planta y Equipo	-191,25	-382,50	-1.147,50	-4.590,00
Pasivos	81.051,18	64.914,65	56.157,58	48.280,53
Pasivo Corriente	46.997,84	48.569,04	56.157,58	48.280,53
Obligaciones Con Instituciones Financieras	10.946,66	10.946,66	16.345,60	0,00
Obligaciones con Instituciones Financieras Locales	10.946,66	10.946,66	16.345,60	0,00
Otras Obligaciones Corrientes	36.051,18	37.622,38	39.811,98	48.280,53
Impuesto a la Renta por Pagar	20.004,66	20.876,52	22.091,51	26.790,68
Participación de Trabajadores	16.046,52	16.745,87	17.720,46	21.489,85
Pasivo No Corriente	34.053,34	16.345,60	0,00	0,00
Obligaciones con Instituciones Financieras	34.053,34	16.345,60	0,00	0,00
Obligaciones con Instituciones Financieras Locales No Corrientes	34.053,34	16.345,60	-	-
Patrimonio	72.025,61	146.042,35	224.366,80	319.351,95
Patrimonio Atribuible a Propietarios	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital Social	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Capital Social suscrito o pagado	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Reservas	100,00	100,00	100,00	100,00
Reserva Legal	100,00	100,00	100,00	100,00
Resultados Acumulados	0,00	70.925,61	144.942,35	223.266,80
Resultados Acumulados	0,00	70.925,61	144.942,35	223.266,80
Resultado del Ejercicio	70.925,61	74.016,74	78.324,45	94.985,15
Resultado del Ejercicio	70.925,61	74.016,74	78.324,45	94.985,15

Elaborado por: Autor

5 CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN

5.1 Evaluación financiera

5.1.1 Ratios financieros y punto de equilibrio

Tabla 28. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO				
	2024	2025	2026	2027
INGRESOS	\$ 346.800,00	\$ 364.140,00	\$ 382.347,00	\$ 401.464,35
CONSUMOS	\$ 145.392,00	\$ 152.661,60	\$ 160.294,68	\$ 168.309,41
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$201.408,00	\$211.478,40	\$222.052,32	\$233.154,94

Elaborado por: Autor

5.1.2 Flujos de Fondos del Proyecto

CUENTA DE RESULTADOS	2024	2025	2026	2027
INGRESOS	\$ 346.800,00	\$ 364.140,00	\$ 382.347,00	\$ 401.464,35
Ventas	\$ 346.800,00	\$ 364.140,00	\$ 382.347,00	\$ 401.464,35
Otros ingresos				
CONSUMOS	\$ 145.392,00	\$ 152.661,60	\$ 160.294,68	\$ 168.309,41
Compras	\$ 145.392,00	\$ 152.661,60	\$ 160.294,68	\$ 168.309,41
Variación de existencias				
GASTOS	\$ 77.649,72	\$ 81.532,21	\$ 85.608,82	\$ 89.889,26
Gastos de personal	\$ 22.200,00	\$ 23.310,00	\$ 24.475,50	\$ 25.699,28
Seguros Sociales				
Gastos Generales	\$ 47.926,76	\$ 50.323,10	\$ 52.839,25	\$ 55.481,22
Tributos				
Otros gastos	\$ 7.522,96	\$ 7.899,11	\$ 8.294,06	\$ 8.708,77
GENERACIÓN BRUTA DE FONDOS	\$ 123.758,28	\$ 129.946,19	\$ 136.443,50	\$ 143.265,68
Gastos financieros	\$ 16.781,49	\$ 18.307,08	\$ 18.307,08	\$ 0,00
CASH FLOW	\$ 106.976,79	\$ 111.639,12	\$ 118.136,43	\$ 143.265,68
Dotación amortizaciones				
RESULTADO DE PRODUCCION	\$ 106.976,79	\$ 111.639,12	\$ 118.136,43	\$ 143.265,68
Resultados extraordinarios				
Impuesto sobre beneficios	\$ 36.051,18	\$ 37.622,38	\$ 39.811,98	\$ 48.280,53
RESULTADO NETO	\$ 70.925,61	\$ 74.016,74	\$ 78.324,45	\$ 94.985,15

Tabla 29. Flujo de fondo de proyecto

Elaborado por: Autor

5.1.3 Costo promedio ponderado de capital (WACC)

CALCULO DEL WACC				
	VALOR	PARTICIPACION	COSTO	PROMEDIO PONDERADO
DEUDA	49.036,81	100%	9,00%	9,00%
RECURSOS PROPIOS	\$0,00	0%	40%	0,00%
TOTAL	\$49.036,81	100%		9,00% WACC

TIO	40,00%
TASA DE INTERES	12,00%
IMPUESTO A ALRENTA	25,00%
COSTO DE LA DEUDA	9,00%

Tabla 30. Cálculo WACC

Elaborado por: Autor

5.1.4 Evaluación Financiera del proyecto (VAN, TIR, PAY BACK)

AÑO	2024	2025	2026	2027
FNE	\$106.976,79	\$144.373,82	\$152.431,58	\$177.673,72
VAN			\$414.197,28	
TIR			241%	

DATOS

n	4
i	9,00%
Inversion Inicial	\$49.036,81

Periodos	PAYBACK				
	0	1	2	3	4
Flujos De Caja	-\$49.036,81	\$106.976,79	\$144.373,82	\$152.431,58	\$177.673,72
F.C Descontad	-\$49.036,81	\$98.143,85	\$121.516,55	\$117.705,15	\$125.868,54
F.C Acumulado	-\$49.036,81	\$49.107,04	\$170.623,59	\$288.328,74	\$414.197,28
PAYBACK					0,50

Tabla 31. Evaluación financiera

Elaborado por: Autor

5.1.5 Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera

La planta procesadora de alimentos balanceados PederAgro para su operatividad genera una inversión total de \$49.036,81 dólares, inversión que correspondería financiar al 100% con un préstamo bancario con un plazo de 3 años. El flujo neto de caja para los cuatro años estimados es de \$ 177.673,72.

De acuerdo a los análisis realizados anteriormente podemos determinar que la viabilidad del proyecto de inversión se da de la siguiente manera; valor actual neto estimado en \$414.197,28 equivalente a una TIR de 241%, el Payback estimo que la inversión inicial podrá

recuperarse en un periodo de 0.50 años una vez puesto en marcha el proyecto, una vez recuperada la inversión se podrá ampliar la capacidad instalada y el stock de productos y servicios.

5.2 Evaluación ambiental

5.2.1 Estudio de impacto ambiental (línea de base, categorización, afectaciones y riesgos)

Este proyecto al tratarse de una planta procesadora de alimentos balanceados, por la naturaleza del proyecto lo más relevante será la contaminación auditiva, la misma que será motivo de incomodidad para los moradores mas cercanos a la planta, otra variable que influye en el impacto ambiental es el consumo energético. Por otra parte, la logística de las operaciones de compra y venta de la materia prima y los productos ya terminados van a generar contaminación del aire, esto debido a la emisión de gases.

Para mitigar en cierta proporción del impacto de nuestras actividades se le solicitará a nuestros clientes y proveedores apagar sus automotores para reducir en gran parte la contaminación auditiva y del aire, con respecto al consumo energético lo ideal será la utilización de motores trifásicos para optimizar el consumo energético.

5.2.2 Plan de manejo ambiental

Tabla 32. Matriz de Leopold

Matriz de Leopold								
Acciones	Logística de Distribución		Proceso de Producción			Logística de compra		
Factores	Consumo de combustibles	Emisión de gases	Generación de ruido	Generación de ruido	Emisión de partículas	Consumo energético	Emisión de gases	Generación de ruidos

Agua	B	B	B	B	A	A	M	B
Aire	A	A	B	B	A	M	A	B
Suelo	A	A	B	B	A	M	M	B
Fauna	B	A	A	A	A	B	A	A
Flora	B	A	B	M	A	B	A	B
Socio cultural	B	B	A	M	A	B	M	A

Elaborado Por: Autor

En la tabla se establecieron tres parámetros para determinar el impacto de nuestras operaciones en medio ambiente representados como: A, B, C.

- Alto
- Medio
- Bajo

Plan de mitigación ambiental

El presente proyecto de inversión tiene como ideología la honestidad, excelencia, libertad y el respeto; estos valores deben estar implícitos en todas nuestras actividades, colocando siempre en primer lugar el cuidado, la protección y la conservación del medio ambiente, es tarea de todos velar y garantizar los derechos de la naturaleza, por tanto, es de vital importancia el siguiente plan de mitigación ambiental.

Objetivo

Reducir al máximo el impacto y la huella de nuestras operaciones en la planta procesadora de alimentos balanceados PederAgro.

Logística de distribución

El plan logístico de distribución de PederAgro se planteó que será una fuente indirecta de empleo, pero aun así a las personas que estarán a cargo de eso se les exigirá las siguientes condiciones.

- Exigir a los choferes mantener en óptimas condiciones mecánicas sus unidades.
- No tener las unidades encendidas al menos que sea necesario moverlas.
- No exceder el límite de carga.

Proceso de producción

Nuestro proceso de producción es el que estará sometido a más regulaciones y cuidados ya que es el centro de la naturaleza del proyecto, debemos considerar por lo tanto como vamos a manejar la contaminación auditiva, del aire y el consumo energético.

- Para la contaminación auditiva; no mantener los automotores encendidos, mantener la planta en óptimas condiciones e instalar barreras acústicas.
- Para la contaminación del aire; encender los vehículos solo cuando sea necesario y sellar adecuadamente los contenedores de la materia prima.
- Para el consumo energético; no exceder el rango de trabajo de la planta procesadora, utilizar motores trifásicos y operar la planta de 8am a 5 pm máximo.

CONCLUSIONES

Analizando el entorno y la industria podemos concluir que el cantón Pedernales y la zona es la plaza idónea para la implementación de la planta procesadora de alimentos balanceados, además para tener un mayor alcance del proyecto hay que destacar el uso de las redes sociales para la promoción y difusión de nuestros bienes y servicios.

El estudio técnico demostró que podemos expandir nuestra producción diaria y seguir respetando los rangos d trabajo ya que para el presente proyecto se hicieron estimaciones con la planta trabajando a un 32% de su capacidad instalada.

El proyecto de inversión demostró ser redituable, sostenible y sustentable ya que sus resultados fueron positivos, con un VAN estimado en \$414.197,28 y una TIR de 241% es decir el proyecto es viable y es rentable, de esta manera podrá ser fuente de empleo directo e indirecto y satisfacer la demanda del mercado.

La evaluación financiera arrojó resultados positivos con un PAYBACK se estimó que la inversión inicial podrá recuperarse en un periodo de 0.50 años, se puede recuperar la inversión a partir del primer año, estos resultados nos permitirán ampliar nuestro stock de bienes y servicios.

RECOMENDACIONES

Para el proyecto de inversión PederAgro se recomienda:

Desarrollar estrategias de marketing apalancándonos en las redes sociales para de esta manera tener un mayor alcance, difusión e interacción con la futura clientela.

Realizar constantes estudios de mercados identificar las necesidades del mercado analizar futuras necesidades, comportamientos y tendencias de mercado.

Construir alianzas estratégicas con los proveedores de la principal materia prima ya que estos se encuentran en la zona, la idea es establecer una relación simbiótica en donde ambas partes salgan beneficiadas.

No depender de un solo proveedor en lo que se refiere a laboratorios de esta manera como consumidores tendremos poder de negociación al tener más opciones.

Mantener en constante capacitación el talento humano de la empresa así mismo mantenerlo motivado siendo respetuoso con sus jornadas laborales, beneficios y la puntualidad de sus salarios.

Realizar inversiones que permitan incrementar la productividad, la eficiencia y que propendan a la automatización de los procesos productivos para de esta manera obtener mayores beneficios por cada dólar invertido.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

1. ¿Qué tipo de animales crías o mantienes en tu granja o negocio?

- a) Aves
- b) Bovinos
- c) Caprinos
- d) Porcinos
- e) Camarones

2. ¿Has comprado alimentos balanceados en una planta para alguno de estos tipos de animales en el último año?

- a) Sí
- b) No

3. ¿Qué productos específicos de nuestra planta has utilizado para alimentar a tus animales?

- a) Maíz
- b) Trigo
- c) Melaza
- d) Cebada
- e) Proteínas
- f) Carbohidratos
- g) Grasas naturales

4. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías la calidad de los alimentos balanceados que comprarías en nuestra planta, donde 1 es muy mala y 5 es excelente?

- a) 1

b) 2

c) 3

d) 4

e) 5

5. ¿Qué factores consideras más importantes al elegir alimentos balanceados para tus animales?

a) Composición nutricional

b) Precio

c) Recomendación de un veterinario

d) Marca

e) Resultados en el rendimiento de los animales

6. ¿Cómo calificarías la disponibilidad y variedad de nuestros productos para cada tipo de animal que crías?

a) Muy satisfactoria

b) Satisfactoria

c) Neutral

d) Insatisfactoria

e) Muy insatisfactoria

7. ¿Has notado mejoras en la salud o el rendimiento de tus animales después de usar nuestros alimentos balanceados?

a) Sí

b) No

8. ¿Qué aspectos consideras más importantes en una planta procesadora de alimentos balanceados?

a) Higiene y seguridad de los alimentos

b) Control de calidad

c) Variedad de productos

d) Precios competitivos

e) Uso de ingredientes naturales

f) Sostenibilidad y responsabilidad ambiental

9. ¿Te gustaría recibir información periódica sobre nuevos productos, consejos de alimentación u ofertas especiales relacionadas con los alimentos balanceados que ofrecemos para tus animales?

a) Si

b) No

10. ¿En qué medios o canales prefieres recibir esta información?

a) Sitio web de la empresa

b) Correo electrónico

c) Redes sociales

d) Catálogos impresos

e) Eventos o ferias locales

Anexo 2: Análisis y tabulación de la encuesta

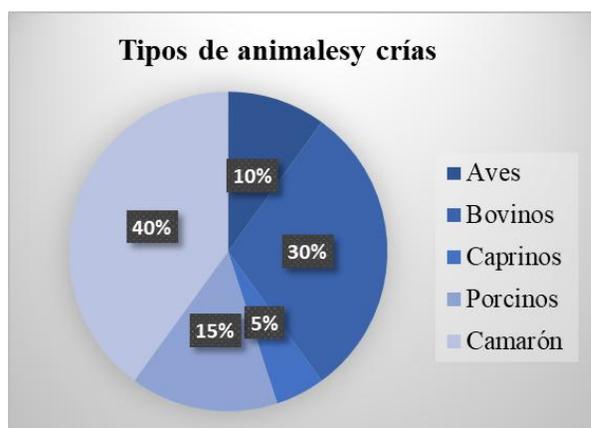
1. ¿Qué tipo de animales crías o mantienes en tu granja o negocio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Aves	10	10%
Bovinos	30	30%
Caprinos	5	5%
Porcinos	15	15%
Camarón	40	40%
Total	100	100%

Tabla 33, Tipos de animales y crías

Elaborado por: Autor

Gráfico 1. Tipos de animales y crías



Elaborado por: Autor

2. ¿Has comprado alimentos balanceados en una planta para alguno de estos tipos de animales en el último año?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	82	82%
No	18	18%
Total	100	100%

Tabla 34.. Compra de alimentos

Elaborado por: Autor

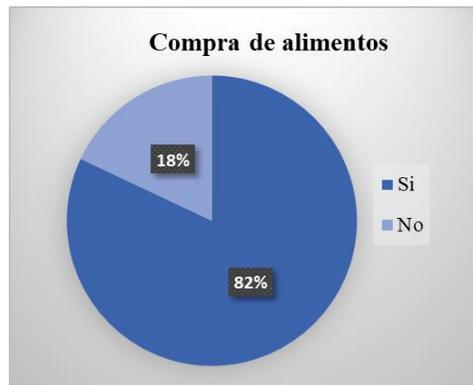


Gráfico 2, Compra de alimentos

Elaborado por: Autor

3. ¿Qué productos específicos de nuestra planta has utilizado para alimentar a tus animales?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Maíz	30	30%
Trigo	6	6%
Melaza	10	10%
Cebada	5	5%
Proteínas	20	20%
Carbohidratos	9	9%
Grasas naturales	20	20%
Total	100	100%

Tabla 35. Productos utilizados

Elaborado por: Autor

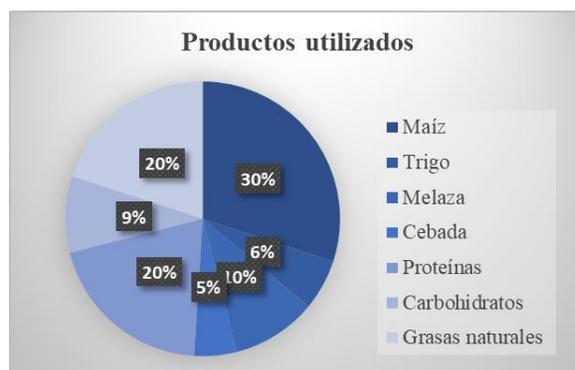


Gráfico 3. Productos utilizados

Elaborado por: Autor

4. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías la calidad de los alimentos balanceados que comprarías en nuestra planta, donde 1 es muy mala y 5 es excelente?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	1	1%
4	48	48%
5	51	51%
Total	100	100%

Tabla 36. Calidad y calificación de los alimentos balanceados

Elaborado por: Autor



Gráfico 4. Calidad y calificación de los alimentos balanceados

Elaborado por: Autor

5. ¿Qué factores consideras más importantes al elegir alimentos balanceados para tus animales?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Composición natural	19	19%
Precio	18	18%
Reconocimiento de un veterinario	22	22%
Marca	14	14%
Resultados en el rendimiento de los animales	27	27%
Total	100	100%

Tabla 37. Factores importantes al elegir el alimento

Elaborado por: Autor



Gráfico 5. Factores importantes al elegir el alimento

Elaborado por: Autor

6. ¿Cómo calificarías la disponibilidad y variedad de nuestros productos para cada tipo de animal que crías?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactoria	58	58%
Satisfactoria	40	40%
Neutral	2	2%
Insatisfactoria	0	0%
Muy insatisfactoria	0	0%
Total	100	100%

Tabla 38. Calificación del producto

Elaborado por: Autor



Gráfico 6. Calificación del producto

Elaborado por: Autor

7. ¿Has notado mejoras en la salud o el rendimiento de tus animales después de usar nuestros alimentos balanceados?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	100	100%

Tabla 39. Salud o rendimiento

Elaborado por: Autor



Gráfico 7. Salud o rendimiento

Elaborado por: Autor

8. ¿Qué aspectos consideras más importantes en una planta procesadora de alimentos balanceados?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Higiene y control de los alimentos	29	29%
Control de calidad	35	35%
Variedad de productos	19	19%
Precios competitivos	31	31%
Uso de ingredientes naturales	8	8%
Sostenibilidad y responsabilidad ambiental	7	7%
Total	100	100%

Tabla 40. Aspectos importantes

Elaborado por: Autor

Gráfico 8. Aspectos importantes



Elaborado por: Autor

9. ¿Te gustaría recibir información periódica sobre nuevos productos, consejos de alimentación u ofertas especiales relacionadas con los alimentos balanceados que ofrecemos para tus animales?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	100	100%

Tabla 41. Información, consejos y ofertas de nuevos productos

Elaborado por: Autor

Gráfico 9, Información, consejos y ofertas de nuevos productos



Elaborado por: Autor

10. ¿En qué medios o canales prefieres recibir esta información?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sitio web de la empresa	14	14%
Correo electrónico	32	32%
Redes sociales	26	26%
Catálogos impresos	18	18%
Eventos o ferias locales	10	10%
Total	100	100%

Tabla 42. Medios o canales para recibir información

Elaborado por: Autor



Gráfico 10. Medios o canales para recibir información

Elaborado por: Autor

BIBLIOGRAFÍA

AGROCALIDAD. (7 de Diciembre de 2016). Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/pecu8.pdf>

AIR APLICACIONES INFORMATICAS REUNIDAS . (6 de Julio de 2020). Obtenido de <https://www.aplicacionesreunidas.com/importancia-del-software-en-una-empresa/>

- EDS ROBOTICS. (21 de 05 de 2021). *EDS ROBOTICS*. Obtenido de EDS ROBOTICS:
<https://www.edsrobotics.com/blog/ingenieria-de-procesos/#:~:text=La%20ingenier%C3%ADa%20de%20procesos%20se,su%20correcta%20puesta%20en%20marcha.>
- González, P. (17 de 06 de 2024). *PRIMISIAS*. Obtenido de PRIMISIAS:
[https://www.primicias.ec/noticias/economia/camaron-exportaciones-ecuador-china/#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20camar%C3%B3n%20alcanzaron,Ecuatoriana%20de%20Exportadores%20\(Fedexpor\).](https://www.primicias.ec/noticias/economia/camaron-exportaciones-ecuador-china/#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20camar%C3%B3n%20alcanzaron,Ecuatoriana%20de%20Exportadores%20(Fedexpor).)
- GTRM Ecuador. (19 de agosto de 2022). *ReliefWeb*. Obtenido de
[https://reliefweb.int/report/ecuador/gtrm-ecuador-evaluacion-rapida-interagencial-eripedernales-julio-2022/#:~:text=Las%20actividades%20econ%C3%B3micas%20del%20cant%C3%B3n,y%20pesca%20\(%C3%A1rea%20rural\).](https://reliefweb.int/report/ecuador/gtrm-ecuador-evaluacion-rapida-interagencial-eripedernales-julio-2022/#:~:text=Las%20actividades%20econ%C3%B3micas%20del%20cant%C3%B3n,y%20pesca%20(%C3%A1rea%20rural).)
- María, T., Luis, D., Carloz, S. J., Tito, Z., Francisco, C. d., & José, A. (2022). Realidades de la ganadería bovina en la provincia de Manabí. *Ciencia. Ciencia Latina Revista Científica*.
- Meta. (2022). *Facebook*. Obtenido de <https://es-la.facebook.com/business/facebook-business-suite>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (07 de 03 de 2024). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería:
<https://www.agricultura.gob.ec/presidente-noboa-invita-a-productores-agropecuarios-a-asegurar-sus-cultivos-y-ganado/>
- Nelson, G., Rosegrant, M., Koo, J., Robertson, R., Sulser, T., Zhu, T., . . . Lee, D. (2009). Cambio Climático El impacto en la agricultura y los costos de adaptación.

INTERNATIONAL FOOD POLICY RESEARCH INSTITUTE, 21.

doi:10.2499/0896295370

Ortega, C. (s.f.). *questionpro* . Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-vrio/#:~:text=El%20marco%20VRIO%20es%20un,%2C%20rareza%2C%20imitabilidad%20y%20organizaci%C3%B3n.>