



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
EXTENSIÓN LA MANÁ**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL  
EXCEDENTE DE BANANO (HARINA), LA MANÁ, 2023”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciado en Administración de Empresas

**Autor:**

George Francisco Flores Cedeño

**Tutor:**

Ing. Neuval José Villegas Barros M.Sc.

**LA MANÁ-ECUADOR  
AGOSTO-2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Flores Cedeño George Francisco, con cédula de ciudadanía No. 0941863888, declaro ser autor del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL EXCEDENTE DE BANANO (HARINA), LA MANÁ, 2023”**, siendo el Ing. Neuval José Villegas Barros M.Sc., Tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

La Maná, 21 de agosto del 2024



George Francisco Flores Cedeño  
C.C: 0941863888

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL EXCEDENTE DE BANANO (HARINA), LA MANÁ, 2023”**, de Flores Cedeño George Francisco, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

La Maná, 21 de agosto del 2024



Ing. Neuval José Villegas Barros M.Sc.  
C.C.:1202437669  
**TUTOR**


## **AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, a prueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Extensión La Maná; por cuanto, el postulante: Flores Cedeño George Francisco, con el título de Proyecto de Investigación: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL EXCEDENTE DE BANANO (HARINA), LA MANÁ, 2023”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

La Maná, 21 de agosto del 2024

Para constancia firman:

  
Mgtr. Mauricio Rubén Franco Coello  
C.C: 050185444  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**

  
Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano  
C.C: 171237195  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**

  
MBA. Gloria Evelina Pazmiño Cano  
C.C: 1205568239  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Expreso mi más profundo agradecimiento a quienes han sido parte fundamental en el desarrollo de esta investigación, en primero lugar a la Universidad Técnica de Cotopaxi por proporcionar las herramientas académicas y su compromiso con la excelencia académica.*

*Al Ing. Villegas Barros Neuval José M. Sc. Por su guía, paciencia y dedicación, sus conocimientos, consejos y críticas constructivas han sido clave para la consecución de esta meta académica.*

*A todos los docentes que contribuyeron a mi formación académica.*

**George**

## **DEDICATORIA**

*Esta investigación está dedicada a Dios por ser fuente de vida y darme la fortaleza para cumplir mis sueños. A mi familia de manera especial a mis padres porque han sido mi pilar fundamental, su confianza, amor incondicional y apoyo incansable ha sido una inspiración diaria por lo tanto este logro es tanto de ustedes como mío. Con todo mi amor y gratitud para ustedes.*

**George**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## EXTENSIÓN LA MANÁ

**TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL EXCEDENTE DE BANANO (HARINA), LA MANÁ, 2023”**

**Autor:**

Flores Cedeño George Francisco

### RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) que surgió como alternativa ante el desperdicio del banano derivado del proceso de las cajas de banano de exportación y como una alternativa para la creación de fuentes de empleo y una alternativa nutritiva para las familias del cantón La Maná. La metodología estuvo compuesta por los métodos histórico- lógico, deductivo, analítico, sintético; los tipos de investigación bibliográfica, de campo, con un alcance descriptivo, considerando indispensable el uso de la técnica de la encuesta empleando cuestionario direccionados para determinar la oferta y demanda del producto. A través del estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha de (341.608 fundas de 100 gramos), (334.496 fundas de 200 gramos), 19.555 fundas de 300 gramos) (38.895 fundas de 400 gramos) (50.121 fundas de 500 gramos). En el estudio técnico se consideró el tamaño del proyecto de 86.400 fundas anuales, seleccionando como ubicación la parroquia El Carmen, también se describió los requerimientos de equipo, maquinaria y aspectos legales necesarios para funcionar y operar como una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de harina de banano. La inversión inicial fue de \$ 68.909,20 y el estado de resultados reflejó una utilidad neta \$30.565,46 que en términos financieros representaron un VAN de \$34.079,58 y una TIR del 66%. Con la creación de la microempresa se benefició al emprender y los potenciales clientes, por ello se dedujo que tendrá un impacto económico significativo al crear cuatro nuevas fuentes de trabajo.

**Palabras claves:** Plan de negocio, harina, banano, microempresa, rentabilidad.

**: TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI  
EXTENSION LA MANA**

**THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A MICROENTERPRISE  
DEDICATED TO THE PREPARATION AND MARKETING OF PRODUCTS  
DERIVED FROM SURPLUS BANANA (FLOUR), LA MANÁ, 2023”**

**Author:**

Flores Cedeño George Francisco

**ABSTRACT**

The general objective of the research was to design a business plan for the creation of a microenterprise dedicated to the production and marketing of products derived from surplus bananas (flour) that emerged as an alternative to the waste of bananas derived from the process of banana boxes. export and as an alternative for the creation of sources of employment and a nutritious alternative for the families of the La Maná canton. The methodology was composed of historical-logical, deductive, analytical, and synthetic methods; the types of bibliographic, field research, with a descriptive scope, considering the use of the survey technique using directed questionnaires to determine the supply and demand of the product essential. Through the market study, an unsatisfied demand of (341,608 100 gram covers), (334,496 200 gram covers), 19,555 300 gram covers) (38,895 400 gram covers) (50,121 500 gram covers) was determined. In the technical study, the size of the project of 86,400 cases per year was considered, selecting the El Carmen parish as the location. The equipment, machinery and legal aspects necessary to function and operate as a microenterprise dedicated to the production and marketing of products were also described. banana flour. The initial investment was \$68,909.20 and the income statement reflected a net profit of \$30,565.46, which in financial terms represented a NPV of \$34,079.58 and an IRR of 66%. With the creation of the microenterprise, the entrepreneur and potential clients benefited, therefore it was deduced that it will have a significant economic impact by creating four new sources of work.

**Keywords:** Business plan, flour, banana, microenterprise, profitability.

## ÍNDICE GENERAL

Contenido	Págs.
PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
INDICE DE TABLAS.....	xiii
INDICE DE FIGURAS .....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	3
3. JUSTIFICACIÓN.....	4
4. BENEFICIARIOS .....	5
5. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
5.1. Formulación del problema.....	9
6. OBJETIVOS.....	10
6.1. Objetivo General .....	10
6.2. Objetivos Específicos.....	10
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS .....	11
8.2. Plan de negocio.....	13
8.2.2. Importancia del plan de negocio.....	14
8.2.3. Estructura del plan de negocio .....	15
8.2. 3.1 Estudio de Mercado.....	15
8.2.3.1.1. Importancia del estudio de mercado.....	16
8.2.3.1.2. Elementos del estudio de mercado .....	16
2.3.2.1. Importancia del estudio técnico.....	20
2.3.2.2. Elementos del estudio técnico .....	20
2.3.2.2.1. Localización del proyecto.....	20

2.3.2.2.2. Tamaño del proyecto .....	21
2.3.2.2.3. Ingeniería del proceso productivo .....	22
2.3.2.2.4. Distribución de la planta.....	23
2.3.2.2.5. Estructura organizacional .....	23
8.3.3. Estudio económico financiero .....	26
8.3.3.1. Elementos del estudio económico financiero .....	26
8.3.3.2.1. Inversión inicial .....	27
8.3.3.2.2. Ingresos.....	27
8.3.3.2. 4. Financiamiento .....	28
8.3.3.2.5. Estados financieros .....	29
8.3.1. Características de las microempresas .....	34
8.3.2. Importancia de las microempresas .....	35
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	35
10. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	36
10.1. Métodos .....	36
10.1.1. Método histórico lógico .....	36
10.1.2. Analítico.....	37
10.2. Tipos de investigación .....	37
10.2.1. Bibliográfica.....	37
10.3. Nivel o alcance.....	38
10.3.1. Descriptiva .....	38
10.4. Técnicas de investigación utilizadas .....	38
10.4.1. Encuesta.....	38
10.4. Instrumentos utilizados .....	39
10.5.1. Cuestionario.....	39
10.6. Diseño de investigación.....	39
10.7. Población y muestra .....	40
10.7.1. Población .....	40
10.7.2. Muestra.....	41
10.8. Validación del instrumento por vía de expertos .....	42
10.9. Procesamiento y análisis de la información .....	43
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	44
11.1. Estudio de mercado de los excedentes de banano (harina) en el cantón La Maná.....	44
11.1.1. Resultados de las encuestas aplicadas a los propietarios de los comisariatos .....	44

11.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a la población del cantón La Maná.....	57
11.2.1. Conclusiones de las encuestas a los propietarios de los comisariatos.....	72
11.3. Desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de harina ..	73
11.3.1. Estudio de mercado .....	73
11.3.1.1. Oferta actual y proyectada de harina de banano en el cantón La Maná. ....	73
11.3.1.2. Demanda actual y proyectada de harina de banano en el cantón La Maná.....	74
11.3.1.3. Demanda insatisfecha de harina de banano en el cantón La Maná. ....	76
11.3.1.4. Análisis de la comercialización de harina de banano en el cantón La Maná. ....	76
11.3.2. Estudio técnico .....	80
11.2.3.1. Establecimiento del tamaño del proyecto.....	80
11.2.3.2. Descripción de la ubicación óptima .....	82
11.2.3.3. Descripción de la ingeniería del proyecto .....	84
11.2.3.4. Descripción del proceso de elaboración de la harina de banano .....	85
11.2.3.5. Descripción del equipo, maquinaria para la microempresa.....	86
11.2.3.6. Marco organizacional, funcional y legal de la microempresa.....	87
11.3.3. Estudio económico .....	94
11.3.3.1. Inversión total de la propuesta.....	94
11.3.3.2. Estimación de la inversión en activos fijos y sus depreciaciones .....	96
11.3.3.3. Estimación del capital de trabajo.....	99
11.3.3.4. Costos totales.....	102
11.3.3.5. Determinación de los ingresos.....	105
11.3.3.6. Punto de equilibrio monetario y en unidades .....	106
11.3.3.7. Estado de pérdidas y ganancias para la microempresa “Nana-Flores” .....	106
11.3.3.8. Flujo de caja descontada para “Flores-Nana” .....	107
11.3.4. Estudio financiero.....	108
11.3.4.1. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	108
11.3.4.2. Beneficio/Costo .....	109
11.3.4.3. Periodo de retorno de la inversión.....	109
11.3.4.4. WACC (Coste Promedio de capital) .....	110
11.3.4.5.ROA (Retorno sobre el Activo).....	110
11.3.4.6. ROE (Retorno sobre el Patrimonio) .....	110
11.3.4.7. Posibles escenarios .....	110
12. IMPACTOS.....	112
12.1. Impacto económico .....	112

12.2. Impacto técnico .....	112
12.3. Impacto social.....	112
13. PRESUPUESTO.....	113
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	114
14.1. Conclusiones.....	114
14.2. Recomendaciones .....	115
15. BIBLIOGRAFÍA .....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla</b>	<b>Págs.</b>
1. Descripción beneficiarios .....	5
2. Actividades y sistema de tareas .....	11
3. Población de comisariatos y tiendas del cantón La Maná .....	40
4. Género de los propietarios encuestados.....	44
5. Edad de los propietarios encuestados .....	45
6. Preferencia de presentación a la hora de comprar .....	46
7. Cantidad vendida según la presentación.....	47
8. Marca más vendida entre los clientes .....	48
9. Precio de venta al público.....	49
10. Promedio de ganancia obtenido.....	50
11. Frecuencia de pedidos de la harina de banano .....	51
12. Percepción de los propietarios sobre el abastecimiento .....	52
13. Forma de pago para abastecerse .....	53
14. Uso de promociones para la venta de la harina de banano .....	54
15. Medio utilidad para promocionar la harina de banano .....	55
16. Importancia de la creación de una microempresa de harina de banano .....	56
17. Género de la población encuestada .....	57
18. Edad de la población encuestada .....	58
19. Frecuencia de compra de la harina .....	59
20. Uso de la harina .....	60
21. Compra mensual de harina de banano .....	61
22. Precio de la harina de banano .....	62
23. Percepción sobre el precio .....	63
24. Lugar de compra de la harina de banano .....	64
25. Expectativa de consumo del producto .....	65
26. Envase de preferencia para el producto .....	66
27. Envase de preferencia para el producto .....	66
28. Marcas de harina de banano .....	67
29. Presentación de contenido de la harina de banano .....	68
30. Promociones en la compra del producto.....	69
31. Factor decisivo de compra.....	70

32. Medio de publicidad preferido .....	71
33. Oferta actual de harina de banano en el cantón La Maná.....	73
34. Oferta proyectada de la harina de banano en el cantón La Maná.....	74
35. Demanda mensual y anual de la harina de banano - cantón La Maná.....	75
36. Proyección de la demanda de harina cantón La Maná 2024-2028 .....	75
37. Demanda insatisfecha de harina de banano en el cantón La Maná. ....	76
38. Descripción del producto: harina de banano .....	76
39. Análisis del precio .....	77
40. Establecimiento del tamaño del proyecto .....	81
41. Plan de producción de la harina de banano en fundas .....	81
42. Ponderación: .....	82
43. Cálculo para la selección de la ubicación .....	82
44. Descripción del equipo y maquinaria .....	86
45. Inversión total de la propuesta.....	94
46. Inversión inicial de la propuesta .....	95
47. Forma de financiación de la inversión inicial.....	95
48. Tabla de amortización del crédito bancario.....	96
49. Detalle de los interés y amortizaciones .....	96
50. Estimación de la inversión en activos fijos .....	97
51. Depreciaciones de activos fijos .....	98
52. Estimación del capital de trabajo.....	99
53. Materia prima directa para la elaboración de harina de banano .....	100
54. Materia prima indirecta para la elaboración de harina de banano .....	100
55. Mano de obra directa e indirecta .....	101
56. Mano de obra indirecta .....	101
57. Estimación de otros gastos .....	101
58. Gastos administrativos.....	102
59. Costos fijos .....	102
60. Costo fijo unitario.....	103
61. Costos variables para la elaboración y comercialización de harina de banano .....	103
62. Costo variable unitario .....	104
63. Costo total de producción .....	104
64. Determinación de los ingresos.....	105
65. Proyección de ingresos .....	105

66. Punto de equilibrio monetario y en unidades .....	106
67. Estado de pérdidas y ganancias .....	107
68. Flujo de caja para la elaboración de harina de banano .....	107
69. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	108
70. Periodo de retorno de la inversión.....	109
71. Presupuesto.....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Págs.</b>
Figura 1. Género de los propietarios encuestados .....	44
Figura 2. Edad de los propietarios encuestados.....	45
Figura 3. Preferencia del envase para la harina de banano.....	46
Figura 4. Cantidad vendida según la presentación .....	47
Figura 5. Marca más vendida entre los clientes.....	48
Figura 6. Precio de venta al público .....	49
Figura 7. Promedio de ganancia obtenido .....	50
Figura 8. Frecuencia de pedidos de la harina de banano .....	51
Figura 9. Percepción de los propietarios sobre el abastecimiento.....	52
Figura 10. Forma de pago para abastecerse.....	53
Figura 11. Uso de promociones para la venta de la harina de banano .....	54
Figura 12. Medio utilidad para promocionar la harina de banano .....	55
Figura 13. Importancia de la creación de una microempresa de harina de banano .....	56
Figura 14. Género de la población encuestada.....	57
Figura 15. Edad de la población encuestada.....	58
Figura 16. Frecuencia de compra de la harina.....	59
Figura 17. Uso de la harina.....	60
Figura 18. Compra mensual de harina de banano .....	61
Figura 19. Precio de la harina de banano.....	62
Figura 20. Percepción sobre el precio .....	63
Figura 21. Lugar de compra de la harina de banano .....	64
Figura 22. Expectativa de consumo del producto.....	65
Figura 23. Marcas de harina de banano .....	67
Figura 24. Presentación de contenido de la harina de banano.....	68
Figura 25. Promociones en la compra del producto .....	69
Figura 26. Factor decisivo de compra .....	70
Figura 27. Medio de publicidad preferido .....	71
Figura 28. Canal de comercialización indirecto .....	78
Figura 29. Canal de comercialización directo .....	78
Figura 30. Hojas volantes .....	79

Figura 31. Publicidad en redes sociales.....	79
Figura 32. Estrategias promocionales.....	80
Figura 33. Ubicación macro: Cotopaxi.....	83
Figura 34. Ubicación meso: La Maná .....	83
Figura 35. Localización micro.....	84
Figura 36. Croquis de la ubicación de “Flores-Nana” .....	84
Figura 37. Distribución de la microempresa .....	84
Figura 38. Flujograma descriptivo .....	85
Figura 39. Estructura organizacional.....	87
Figura 40. Requisitos del ARCSA.....	91

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la demanda de productos alimenticios saludable y sostenibles está incrementándose, entre estos productos la harina de banano surge como un emprendimiento atractivo debido que se dispone de la materia prima directa. En este contexto la presente investigación tuvo como objetivo general diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2023.

Para este propósito se consideró necesario el uso de los métodos histórico lógico, deductivo, analítico y los tipos de investigación bibliográfico, de campo y un enfoque descriptivo, seleccionando la técnica de la encuesta para la obtención de información para la oferta y la demanda teniendo como población 376 comisariato y tienes y 23.070 familias, estos resultados fueron presentados en gráficos estadísticos para su mejor comprensión.

La investigación abarco varios aspectos fundamentales para garantizar la viabilidad de la propuesta de la elaboración y comercialización de harina de banano, en primer lugar, se desarrolló un estudio de mercado que permitió identificar la oferta, demanda potencial y la demanda insatisfecha por presentaciones en gramos estableciendo estrategias producto, precio, plaza y promoción para lograr un mejor posicionamiento.

En el estudio técnico se contempló la determinación del tamaño del proyecto, el proceso de producción, la maquinaria, equipo, así como los requerimientos legales, organizaciones para un funcionamiento óptimo de la microempresa. En el estudio económico se determinó la inversión inicial, el detalle de los activos fijos, gastos constitutivos y el capital de trabajo, también se diseñó un estado de resultados donde se pudo visualizar la utilidad neta a obtener.

El estudio financiero demostró la rentabilidad financiera a través del cálculo del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Retorno de la Inversión, como el ROE y la ROA. Los valores obtenidos reflejaron que la inversión presento un alto nivel de factibilidad para su ejecución.

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### Título del proyecto

“Plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina), La Maná, 2023”.

<b>Fecha de inicio:</b>	Abril 2023
<b>Fecha de finalización:</b>	Agosto 2024
<b>Lugar de ejecución:</b>	cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi
<b>Facultad que auspicia:</b>	Facultad de Ciencias Administrativas
<b>Carrera que auspicia:</b>	Carrera de Administración de Empresas
<b>Proyecto de investigación vinculado:</b>	Investigación administración (gestión administrativa, financiera y técnica en el sector agrícola del cantón La Maná)
<b>Equipo de Trabajo:</b>	Ing. Villegas Barros Neuval José M.Sc.(anexo 1) Sr. Flores Cedeño George Francisco (anexo 2)
<b>Área de conocimiento</b>	Según la Clasificación Internacional Normalizada de Educación (CINE) se enmarca en el área de “Ciencias sociales, educación comercial y derecho” ( (SNIESE, 2020).
<b>Línea de investigación:</b>	Administración y Economía para el desarrollo sostenible de organizaciones.
<b>Sub líneas de investigación de la Carrera:</b>	Estrategias, administrativas, productividad y emprendimiento.

**Objetivos del Plan de Desarrollo del Nuevo Ecuador 2024-2025:** El proyecto ejecutado estuvo relacionado con el objetivo 5 del eje de Desarrollo económico referido a sustentar la producción mejorando los niveles de productividad (Secretaria Nacional de Planificación, 2024)

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La investigación estuvo orientado a la realización de un plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano en el cantón La Maná, su propósito fundamental fue precisar la factibilidad para comercializar harina de banano, para tal efecto se realizó un estudio de mercado que permitió analizar la oferta, demanda y los precios de productos similares que se expenden en los comisariatos y tiendas, como resultado se estableció la demanda insatisfecha del producto.

Los resultados de aquel estudio sirvieron de base para pasar a la siguiente etapa o componente del plan de negocio: el estudio técnico a través del cual se describió el tamaño del proyecto, la localización y factores que incidieron sobre la elección del sitio exacto; además se detalló los equipos, las instalaciones y la organización óptima a nivel de personal, para ello fue necesario diseñar un organigrama y un manual de funciones donde se especificó los cargos y actividades que cada persona deben realizar tanto en la parte administrativa como operativa.

El proceso productivo se especificó con la herramienta de flujograma donde se ubicó cada una de las actividades que se requirió para obtener la harina de banano. Finalmente se desarrolló el estudio económico financiero haciendo constar cada uno de los rubros necesarios para la elaboración y comercialización de harina, llegando a determinar los costos, gastos e ingresos provenientes de la actividad económica, también se determinó la forma financiamiento de la inversión del negocio. Posteriormente se elaboró el estado de resultados y el de flujo de caja que mostró de forma sintetizada los movimientos económicos de entrada y salida de dinero. Además, sirvió para la aplicación de los respectivos índices financieros VAN, TIR, punto de equilibrio y Relación Costo/Beneficio.

En relación a la metodología el estudio presentó un enfoque cuantitativo basado en una estructura sistemática establecida por las etapas o componentes del plan de negocio: estudio de mercado, técnico y económico financiero. El nivel o alcance del estudio se enmarcó en el tipo descriptivo, se utilizó la investigación de campo y bibliográfica para la recolección de información primaria y secundaria. La técnica de recolección de información fue la encuesta, con su instrumento el cuestionario que serán aplicados a los habitantes y los propietarios de tiendas y comisariatos del cantón La Maná.

### 3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente plan de negocio buscó sentar las bases para identificar la viabilidad de la idea de negocio de producir un derivado del banano: la harina en el cantón La Maná, que se visualiza como una oportunidad de emprendimiento, aprovechando la materia prima local existente. De esta manera se pretendió dar solución a la necesidad de crear empresas que se dediquen a otorgarle un valor agregado a esta fruta, cuyos residuos actualmente son desperdiciados en las fincas productoras.

A través de la investigación se obtuvo información valiosa que se desprendió del estudio de mercado, que en definitiva permitió determinar la oferta y demanda actual e insatisfecha, así como los elementos de marketing correspondientes al producto: harina de banano, tales datos definen la aceptación del bien entre los potenciales consumidores. Se establecieron las generalidades del proceso productivo mediante el estudio técnico, obteniendo así una visión clara de los requerimientos de localización, recursos e ingeniería del negocio. El estudio económico financiero contempló el registro de los costos, gastos y utilidad generadas por las operaciones de producción de la harina de banano, así como la evaluación financiera que involucra el uso de indicadores.

En conjunto dicha información brindó una perspectiva clara y objetiva de la factibilidad de implementación de una empresa productora de harina de banano, para ofrecer al mercado un producto de calidad y a un precio razonable para los consumidores, como una nueva oportunidad de inversión, dando como resultado la creación de nuevas fuentes de trabajo que contribuya a diversificar las fuentes de ingresos, todo ello aprovechando el banano que actualmente se encuentra como residuos.

Como principales beneficiarios del plan de negocio se encuentran los potenciales inversores que tuvieron a su disposición datos reales y actualizados sobre las posibilidades de éxito que podría tener esta iniciativa de ser llevada a la práctica, además de los pequeños productores bananeros que serían los proveedores de la materia prima es decir el excedente de banano. Asimismo, se estableció que dicho emprendimiento genere fuentes de empleo, además de permitir mejorar la situación de los pequeños productores bananeros del cantón La Maná, quienes pasaron a formar parte de la cadena de valor convirtiéndose en proveedores de la materia prima.

La factibilidad del proyecto quedó evidenciada mediante la disposición del equipo investigador para el desarrollo de cada uno de los estudios que integran el plan de negocio, además se resaltó la facilidad para conseguir la información de parte de los productores y potenciales consumidores, tales datos permitieron conocer el nivel de aceptación que tendría el producto en el mercado, así como los datos actuales de oferta y demanda en base a los cuales se desglosó el resto del contenido del proyecto.

#### **4. BENEFICIARIOS**

El proyecto a desarrollar tuvo dos grupos como principales beneficiarios, los cuales estuvieron divididos de la siguiente manera:

Los directos fueron los potenciales inversionistas que estuvieron interesados en llevar a la ejecución el presente plan de negocio porque les permitió contar con información clara y actualizada sobre la elaboración y comercialización de productos derivados de excedentes de banano como la harina de banano en el cantón la Maná, asimismo los pequeños productores bananeros que se convertirán proveedores de materia prima para el producto que se proyectó producir. En la misma medida se vio beneficiada la población del cantón La Maná que tuvo una alternativa de compra de un producto altamente nutritivo como la harina de banano cuyo consumo beneficiaría su salud.

Los beneficiarios indirectos estuvieron constituidos por las instituciones recaudadoras de impuestos como: el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón La Maná, puesto que se trata de una entidad que percibe tributos de las microempresas en función de las patentes, el SRI (Servicio de Rentas Internas) porque mensualmente receiptan valores por aquel concepto del Impuesto al Valor Agregado e Impuesto a la Renta. De la misma forma el Cuerpo de Bomberos emite permisos de funcionamiento y en contraprestación receipta ingresos aproximados de \$50,00.

**Tabla 1.** *Descripción beneficiarios*

<b>Beneficiarios directos</b>	<b>Beneficiarios indirectos</b>
1 inversionistas	1 GAD municipal del cantón La Maná.
22.156 familias	1 Servicio de Rentas Internas
	1 Cuerpo de Bomberos La Maná

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

## 5. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Según Villamar (2022):

A nivel de Latinoamérica, gran parte de sus países sustentan sus economías en actividades primarias, una de aquellas son las ventas de banano. Respecto al mercado mundial bananero del 2021 las exportaciones disminuyeron aproximadamente un 7% en términos de cantidad. Acorde a datos de Cámara Marítima del Ecuador (2023) la Unión Europea abarca el 26,67 % de participación de las exportaciones globales, posicionándose como principal destino de exportación (p.5).

Según Fairtrade (2023): “La industria del banano es muy exigente porque los cambios climaticos y las enfermedades amenazan su rendimineto” (p.1).

A pesar de los constantes problemas de precios bajos percibidos y los efectos climáticos poco favorables para el cultivo, hasta la actualidad la mayoría de ellos mantienen prácticamente la misma cadena de comercialización, que deja a un lado la dotación de valor agregado para esta materia prima.

En el caso del banano, a pesar de tener múltiples beneficios y usos sigue siendo poco aprovechado, entre sus derivados se encuentra la harina, cuyo producto en los países latinos se asocia a preparaciones caseras, más no a procesos de producción y comercialización tecnificados, este panorama se atribuye principalmente a la escasa difusión que tiene en el mercado. Una muestra clara se ve reflejada en la cantidad de banano que no es considerado apto para la exportación y quede como residuo, representando pérdidas económicas para los productores que se ven orillados a deshacerse de la fruta destinándola como abono en la plantación u otros fines como el abastecimiento a granjas ganaderas.

Asimismo, la falta de apoyo gubernamental que reciben el sector agropecuario, la sobre oferta y el desconocimiento de los productores son factores negativos que históricamente han conllevado a un mínimo nivel de industrialización de las materias primas, desaprovechando la oportunidad de ofrecer al mercado un producto que podría ser el eje de una cadena de valor que genere una mayor cantidad de fuentes de empleo e ingresos. Del mismo modo sobresale que el consumo interno del producto en sí mismo y sus derivados como la harina de banano tienen

escasa presencia en los países latinoamericanos, debido a la escasa valoración del aporte nutricional que posee entre la población local.

## **Meso**

Acorde a Sempertegui (2022):

“Ecuador es un país que tiene riqueza de recursos naturales y un alto potencial de desarrollo en lo que respecta a producción agrícola de diferentes tipos de alimentos, tales como frutas, vegetales, hortalizas, entre otros” (p.1).

León et al. (2023) Menciona que “uno de los productos más destacados a nivel mundial es el banano, representa el 1.98% del PIB general y aproximadamente el 35% del PIB agrícola, resalta que el 78% del universo productor se concentra en empresas pequeñas (p. 1407).

En este contexto, por muchos años las empresas internacionales han explotado los recursos naturales, beneficiándose de la riqueza del país.

Acorde a Zambrano y Alvarez (2024) “Hasta la actualidad la matriz productiva se ha enfocado en exportar materia prima e importar bienes finales, es decir que no se le da un valor agregado a la producción nacional” (p.13).

Uno de los derivados que se puede obtener a base a los residuos del banano es la harina, que podría ser un excelente sustituto de la convencional harina de trigo.

En este contexto Medranda y Soledispa, (2019) sostienen:

Una de las características más importantes del proceso para elaborar la harina de banano es que proviene de la deshidratación de la fruta fresca, las actividades son sencillas, no necesita la cadena del frío, puede apoyar al control de la oferta y precio de la materia prima, cuenta con todo el equipo necesario para seguir aumentando la producción., a pesar de ello son sumamente escasos los establecimientos en el país que se dedican a su procesamiento. (p.73)

Una de los aspectos incidentes yace en la escasa información sobre las bondades de la harina de banano, lo que ha generado una falta de conocimiento sobre contenido nutricional, el mismo ha influido en que los productores no busquen alternativas para producir productos derivados; en consecuencia, gran parte de empresas del sector bananero no destinan recursos hacia la investigación y toman medidas convencionales como destinarlo a abono triturado o ; aquello genera el que no se aproveche al máximo este tipo de materia prima que podría ser transformada en un producto de consumo masivo, que podría llegar a ser un producto sustituto idóneo de la harina de trigo que es importado de otros países en grandes cantidades para abastecer el consumo local.

### **Micro**

Moreno (2022). “El banano es uno de los principales cultivos existentes en el cantón La Maná, debido a su clima cálido y tierras fértiles, existen muchos productores que se dedican a aquel cultivo” (p.4).

Las extensiones de producción se han incrementado sustancialmente en los últimos años con propiedades de hasta 50 hectáreas y productores pequeños que producen desde 2 hectáreas hasta 10 hectáreas, la mayoría de esta fruta está orientada a los mercados internacionales,

De acuerdo con Bastidas y Carrera (2022) “grandes cantidades terminan como residuos puesto que, no cumplen con las exigencias establecidas” (p. 20). Por ello se destinan como alimento de animales de ganadería o son troceadas y arrojadas en las mismas plantaciones esperando sirvan como abono, en síntesis, es desaprovechada

Proaño (2021) señala:

Que esta situación de desperdicios de fruta se ha venido presentando durante años, pese a ello no se han tomado iniciativas para cambiar tal realidad, no se han propuesto ideas de negocios que expongan la viabilidad de producción de derivados del banano, como la harina cuya elaboración tendría por materia prima la fruta excedente en las fincas bananeras. (p.10)

En consecuencia, se evidencia mínima planificación respecto a ideas de negocio que respondan a las necesidades existentes. Bajo esta problemática existente se plantea el desarrollo del plan

de negocio para la producción de harina de banano a base de residuo. Precisamente aquello es lo que lo que aún está pendiente por hacer: agregar valor a la materia prima, proporcionar un plus a los residuos de banano, obteniendo como resultado un producto con alto valor nutritivo, pese a ello hasta la actualidad es escasamente difundido, porque se ha visto limitado a preparaciones caseras, llegando a ser muy poco consumido. Porque hasta la actualidad se desconoce el nivel de aceptación que el producto podría tener en el mercado, los requerimientos de su proceso productivo a nivel tecnológico. En este sentido es evidente el escaso apoyo de parte de las entidades competentes como el Ministerio de Agricultura y Agro calidad, que deberían brindar asesoría y contribuir en este tipo de emprendimientos, al tratarse de una problemática socioeconómica en la cual se encuentran inmersos directos e indirectamente miles de familias del cantón La Maná.

### **5.1. Formulación del problema**

¿Es factible la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano en el cantón La Maná?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2023.

### **6.2. Objetivos Específicos.**

- Realizar un estudio de mercado que refleje la demanda insatisfecha de los excedentes de banano (harina) en el cantón La Maná.
- Desarrollar un estudio técnico de la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) para el establecimiento de su viabilidad operativa en el cantón La Maná.
- Efectuar un estudio económico, determinando los ingresos, costos y la utilidad de la elaboración y comercialización derivados los excedentes de banano (harina).
- Medir la rentabilidad financiera mediante indicadores financieros que muestren la viabilidad de la propuesta.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS

**Tabla 2.** *Actividades y sistema de tareas*

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
Realizar un estudio de mercado que refleje la demanda insatisfecha de los excedentes de banano (harina) en el cantón La Maná.	Diseño de instrumentos. Validación de instrumentos Aplicación de instrumentos. Procesamiento de información. Análisis de la información.	Análisis de la oferta Análisis de la demanda. Análisis de los precios. Cuantificación de la demanda insatisfecha.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas realizadas a los propietarios de comisariatos y tiendas del cantón La Maná.</li> <li>• Encuestas realizadas a los habitantes del cantón La Maná.</li> </ul>
Desarrollar un estudio técnico de la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) para el establecimiento de su viabilidad operativa en el cantón La Maná.	Definición del tamaño del proyecto. Especificación los factores que influyen en la localización. Detalle de la distribución de la planta de producción. Establecimiento de la estructura organizacional y legal.	Localización exacta de la microempresa. Proceso de elaboración de harina de banano. Distribución de la planta. Recursos necesarios para el proceso productivo. Estructura organizacional y legal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición del sitio de localización de la microempresa en un croquis.</li> <li>• Desarrollo de flujograma.</li> <li>• Representación organizacional de la microempresa en un organigrama.</li> <li>• Manual de funciones</li> </ul>
Efectuar un estudio económico, determinando los ingresos, costos y la utilidad de la elaboración y comercialización derivados los excedentes de banano (harina).	Definición de costos fijos y variables. Determinación del capital de trabajo. Establecimiento del financiamiento.	Cantidad de inversión inicial. Costos e ingresos generados. Estructura del financiamiento del negocio. Utilidad neta de la actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activos fijos</li> <li>• Materia prima directa e indirecta.</li> <li>• Gastos</li> <li>• Inversión inicial</li> <li>• Estado de resultados</li> <li>• Cálculo del Punto de equilibrio.</li> </ul>
Medir la rentabilidad financiera mediante indicadores financieros que muestren la viabilidad de la propuesta.	Elaboración del flujo de caja. Aplicación de indicadores financieros.	Datos de la rentabilidad financiera a obtener con la propuesta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)</li> <li>• Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)</li> <li>• Cálculo de la Relación Beneficio/Costo.</li> </ul>

**Fuente:** Flores Cedeño George Francisco

## 8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TEORICA

Para el desarrollo del proyecto investigativo se indagó los antecedentes en los siguientes estudios, los cuales brindaron orientación:

**Proyecto 1.** Producción de harina de banano orgánico y comercialización hacia España.

De acuerdo a Medranda y Soledispa (2019):

El estudio tiene como objetivo principal proponer la producción y exportación de harina de banano orgánico hacia España, aprovechando el rechazo de banano que no cumple con los estándares del mercado internacional. Esta iniciativa busca que la empresa Hoyos Garcés S.A., que ya exporta banano orgánico, utilice eficientemente esta fruta, aumentando así la cadena de valor de la producción de banano en Ecuador. Su realización, se empleó una metodología analítica descriptiva, la cual incluyó un estudio del mercado español mediante encuestas e investigaciones sobre la situación actual del país. Además, se realizó un estudio técnico para determinar las maquinarias necesarias para la producción de harina de banano orgánico y la cantidad requerida para satisfacer la demanda. Finalmente, a través de indicadores financieros, se evaluó la viabilidad del proyecto, demostrando que la producción y exportación de harina de banano orgánico es un proyecto factible y rentable para la empresa.

**Proyecto 2.** Plan de negocios para la instalación de una empresa productora de papa congelada con perfil circular en el cantón Píllaro.

El estudio de Moreno (2021):

Fue realizado con el propósito de analizar la rentabilidad y viabilidad de una planta procesadora de papa congelada en el cantón Píllaro, estuvo motivado por la necesidad de agregar valor a un producto local como la papá. La estructura metodológica contempló el estudio de mercado, estudio tecnológico y estudio financiero. En el estudio de mercado se investigó las posibles competencias del producto propuesto en los supermercados de la provincia de Tungurahua y Riobamba, permitiendo conocer el tipo de presentación y precio que los consumidores adquieren. Además, de escoger el supermercado ideal para comercializar el producto, siendo este Mi Comisariato. Se realizó una encuesta diseñada en la plataforma QUALTRICS con el objetivo de conocer

al consumidor y sus necesidades. En el estudio tecnológico se propuso la formulación del producto, flujo de procesos circular, capacidad de producción, diseño y localización de la planta y una propuesta de marketing mix, permitiendo la revalorización del desecho de la papa y la reutilización del agua evitando la contaminación por desechos y el ahorro de recursos no renovables. En la parte de resultados económicos, se reflejó que el proyecto propuesto es rentable y viable, teniendo un VAN positivos de \$ 19462,43 un PRI de 25,70% con 76 un periodo de recuperación de la inversión de 2 años con 5 meses, ganando \$0,28 por cada dólar invertido.

**Proyecto 3.** Plan de negocio para la producción y exportación de snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada a Estados Unidos.

La investigación desarrollada por Recalde (2019) tuvo:

Por objetivo desarrollar un plan de negocio para la producción y exportación de snack e infusión de pitahaya orgánica deshidratada a Estados Unidos, misma que se realizó considerando las características privilegiadas a nivel ambiental que posee el Ecuador. La metodología utilizada combinó los enfoques cuantitativo y cualitativo, se empleó la investigación de bibliográfica y de campo que favorecieron la recopilación de datos para el estudio de mercado donde se expuso la oferta, demanda y precios del producto en ambas presentaciones. En el contexto operativo se destacaron aspectos inherentes a la ingeniería del negocio, a la localización y la maquinaria, equipos y herramientas necesarias para la producción. Se dedicó una parte del estudio a los requisitos inherentes a la exportación. Finalmente se determinó mediante el estudio económico que la financiación se sustenta con un aporte de socios del 50% y la otra mitad se efectuará un préstamo en una institución financiera Banco del Pacífico por el valor de \$ 20.788,75, la utilidad neta del negocio para el año 1 es de: \$39.486,29 el punto de equilibrio se establece en 715.638,78 unidades de producto al año, el VAN fue de 28.713,06 y la TIR de 35,83%.

## **8.2. Plan de negocio**

Según Baque et al. (2020) “La definición más contemporánea de plan de negocio “la finalidad es viabilidad técnica, económica y social de un proyecto, tomando en cuenta el entorno en el que se desenvuelven” (p. 122).

Gaytan (2020) el plan de negocio es:

Una herramienta permite a las organizaciones establecer un trayecto mediante el cual se puede alcanzar los objetivos de rentabilidad a través de la generación de un producto o servicio que proporciona satisfacción a una necesidad del mercado, permite abordar y ofrecer soluciones para cada uno de los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y desarrollo de actividades en el futuro puesto que proporciona una visión clara y estructurada del proyecto empresarial. (p.131)

En base a las definiciones anteriores se establece que el plan de negocio permite detallar cómo será el negocio, así como los objetivos a alcanzar y las acciones necesarias para lograrlos, por ello resulta clave para los emprendedores y empresarios, ya que proporciona una guía y un marco de referencia para el desarrollo y la gestión de un negocio al proporcionar información del mercado, los requerimientos operativos y los recursos económicos necesarios para llevar a la práctica determinada idea, reflejando en qué medida es viable y cuánto se puede ganar.

### **8.2.2. Importancia del plan de negocio**

De acuerdo a Gilces y Méndez (2019) el plan de negocio es importante:

Porque ayuda a analizar el funcionamiento de un emprendimiento, es decir, que se plasma la ruta a seguir en un escenario previsto. Sirve para brindar una visión general clara y concisa del negocio, incluyendo su propósito, misión, objetivos y estrategias principales, se caracteriza como una herramienta para comunicar la visión de la empresa a las partes interesadas internas y externas, debe ser claro, conciso y persuasivo en su comunicación. (p.15)

Según menciona Cruzado (2019) “el plan de negocio contiene funciones muy importantes la principal es facilitar la gestión interna y el manejo a nivel financiero, porque su contenido muestra cómo se realiza la producción y la magnitud de obtención de lucro” (p.10)

Se pudo vislumbrar que la importancia del plan de negocios se atribuye a la disminución del nivel de incertidumbre, porque su contenido muestra claramente una secuencia del análisis de mercado, las estrategias de producción y comercialización, la parte técnica, el estudio económico y las especificaciones de obtención de recurso financiero; es decir todos aquellos

aspectos relevantes en el funcionamiento diario, mostrando así un bosquejo de lo que será la empresa y cómo va a operar.

### **8.2.3. Estructura del plan de negocio**

El plan de negocios básicamente se constituye de las siguientes partes o etapas que a continuación se describen:

#### **8.2. 3.1 Estudio de Mercado.**

El estudio de mercado de acuerdo a Carrera et al., (2019):

Es un medio utilizado para recopilar, analizar y comprender información relevante sobre un mercado específico, su finalidad principal es obtener una visión detallada y precisa de las características, tendencias y demandas del mercado en el que una empresa o producto pretende operar. Contempla la investigación de mercado para tal efecto contempla el tamaño del mercado, el consumo aparente y las necesidades y preferencias de los clientes, la demanda potencial y la participación de la competencia. (p.36)

Acorde a Reyes et al. (2021):

Describe de forma detallada la información de aspectos importantes que determinan el plan de negocios, como la competencia, la segmentación del mercado, perfiles de los consumidores, la combinación de los elementos de marketing, así como la oferta y demanda actuales como proyectadas, ya que su profundo análisis previo establece el trayecto para desarrollar de mejor forma el plan de negocio de la empresa, dejando por sentado las bases para el desarrollo de las siguientes etapas.

El análisis de mercado permite crear una idea de negocios para el sector comercio, y lograr que esta se convierta en la oportunidad del emprendedor, requiere de muchas técnicas o cierto tipo de análisis como el de mercado, en donde el emprendedor necesita desarrollar un estudio minucioso del comportamiento del consumidor, los resultados dependerán de las características del entorno; analizando en primera instancia el mercado potencial e identificando el sector y su entorno socioeconómico, para que la idea de negocio logre llegar a una gran cartera de clientes.

### **8.2.3.1.1. Importancia del estudio de mercado**

Reyes et al. (2021) señala que el estudio de mercado:

Es importante porque se trata de una herramienta valiosa porque permite comprender el comportamiento del consumidor que tiene ante un producto; es por esto, que se hace uso de la técnica de la encuesta, siendo fundamental para investigaciones sobre aspectos de los clientes; lo que me va permitir determinar la demanda y oferta potencial. Esta técnica de estudio de mercado es utilizada aún más, cuando se lanza un producto nuevo al mercado y, se quiere conocer las expectativas de los clientes acerca del nuevo producto para establecer, si será viable y aceptado por los clientes. (p.40)

De acuerdo a Cruzado (2019) el estudio de mercado es importante “porque no solo permite evaluar e identificar las necesidades y demandas insatisfechas en el mercado, sino también comprender las preferencias y comportamientos de los consumidores, se pueden desarrollar productos o servicios que satisfagan de manera efectiva sus necesidades”. (p.24)

Este elemento del plan de negocio es vital porque información valiosa para la adaptación al mercado, permite comprender las necesidades y deseos de los consumidores, determinar los canales de distribución más adecuados, establecer precios competitivos y desarrollar mensajes publicitarios que llamen la atención e incentiven a adquirir un producto o servicio, permitiendo así evaluar la viabilidad de un proyecto.

### **8.2.3.1.2. Elementos del estudio de mercado**

- **Oferta**

Según lo mencionado por Cevallos et al. (2022):

La oferta de un producto o servicio en un plan de negocio puede provenir de un ámbito regional, nacional o internacional, se representa como la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes proveen al mercado a un precio y un determinado periodo. Para su análisis se requiere revisar datos históricos y presentes del bien o servicio que se pretende ofrecer al mercado. Así como realizar proyecciones a partir de las tendencias y factores encontrados (p.71).

Ramonez, 2022 señaló que este término:

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado, y le clasifica como: oferta competitiva o de mercado que se refiere a la situación en que el producto se encuentra circulando en libre competencia, luego está la oferta oligopólica donde el producto se encuentra ofertado por un número reducido de oferentes y por último se encuentra la oferta monopólica. (pág. 17).

Para completar el análisis de la oferta, es fundamental considerar no solo los aspectos cuantitativos como la cantidad de bienes o servicios disponibles, sino también los factores cualitativos que pueden influir en la oferta, como las preferencias del consumidor, las innovaciones tecnológicas, y las políticas económicas vigentes. Estos elementos pueden alterar significativamente la disposición de los oferentes a producir y suministrar productos al mercado.

- **Demanda**

Cevallos et al. (2022) argumenta:

Que la demanda corresponde a la cantidad de bienes y servicios que los compradores están dispuestos adquirir durante un periodo y a un precio determinado, con el fin de satisfacer una necesidad específica. Su análisis involucra diferenciar entre demanda de la empresa y del mercado que, a pesar de tener similares necesidades, presentan diferentes magnitudes de producción (p. 61).

Según Ramonez (2022):

El análisis de la demanda permite cuantificar el producto o servicio que cierto grupo de consumidores podría requerir, aquello puede variar en función del precio; puede realizarse mediante análisis históricos, tendencias y datos de empresas, con el objetivo de generar pronósticos o proyecciones de las demandas futuras, para tener una idea aproximada de su evolución en base a un juicio serio que brinde algún grado de certidumbre. (p.17)

La demanda refleja cómo los factores externos, como las condiciones económicas, la competencia y las preferencias del consumidor, influyen en las decisiones de compra. Estos elementos determinan la cantidad de bienes y servicios que se adquieren en un mercado, siendo crucial entender la elasticidad de la demanda, es decir, cómo varía la cantidad demandada ante cambios en los precios, para anticipar comportamientos futuros y ajustar estrategias comerciales.

- **Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha acorde a Cevallos et al (2022) “Hace referencia a aquella demanda que el mercado no ha podido cubrir, se realiza considerando la cantidad de la población objetivo y sus necesidades en un horizonte de tiempo” (p.72).

Se entiende por demanda insatisfecha aquella donde las demandas no cubrirán la demanda no atendida consumidores no reciben el producto que requieren o la demanda atendida pero que no se encuentra satisfecha en su totalidad, es decir que ofrecen el producto de forma parcial; es decir, lo que se necesita, y lo que se está satisfaciendo donde ambas son representadas en las mismas unidades (Ramonez, 2022, pág. 17).

La demanda insatisfecha es el resultado que se obtiene de la realización del estudio de mercado, una vez obtenidos los datos de oferta como de demanda se proceden a la determinación de la demanda insatisfecha, lo cual establece qué existe mercado para la creación de una nueva empresa, considerando que los factores analizados no varíen en gran cantidad que refleje lo contrario en un lapso corto de tiempo.

- **Análisis del precio**

Según Carrera et al. (2019) “el precio es una variable del marketing mix que corresponde al valor monetario asignado a un producto o servicio mantiene una incidencia directa sobre las decisiones de compra de los consumidores y la idea de calidad (p.46)

Por su parte, Cevallos et al. (2022) señala:

Es sumamente importante definir los precios de los productos o servicios y además establecer las políticas de fijación de precios puesto que poseen distintas calidades y

costos, la lista de precios se fijará en función a la estructura de costos de la empresa, a los precios de la competencia, a la percepción de los clientes y los resultados económicos esperados por el empresario. (p.74)

El análisis del precio implica evaluar detenidamente los factores que determinan el valor monetario de un producto o servicio, este proceso considera los costos de producción, la oferta y demanda del mercado, la competencia y la percepción del cliente. Definir y ajustar los precios de manera estratégica es crucial para maximizar los ingresos, obtener una ventaja competitiva y satisfacer las expectativas de los consumidores.

### **8.3.2 Estudio Técnico**

El estudio técnico en concordancia con Cevallos et al. (2022):

Se relaciona con el tamaño óptimo, la localización de las instalaciones y la capacidad en función de la demanda esperada, y de igual manera la búsqueda de fuentes de materia prima requerida para la elaboración del producto. Se realiza para responder a preguntas claves referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad de todo el proyecto de producción. La relevancia de su aplicación está basada en el detalle de las variables técnicas del proyecto, que permitan una valoración próxima de los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto. (p.80)

Ramonez (2022) sostiene que el estudio técnico “está formado por los elementos competentes y operativos necesarios para el manejo de los recursos disponibles en el proceso productivo, estableciendo las principales condiciones para su estructura y adaptación en el plan de negocio” (p. 18).

Dentro de la elaboración de un plan de negocio es necesario considerar el estudio técnico como una herramienta para determinar el tamaño adecuado con relación a la capacidad productiva de la misma, tomando en cuenta todos los factores necesarios como el mercado, las materias primas, proveedores, mano de obra, la tecnología a utilizar y sobre todo el financiamiento para poner en marcha el negocio.

### **2.3.2.1. Importancia del estudio técnico**

Charles et al. (2020) menciona:

El estudio técnico es sumamente importante porque sirve para: identificar la viabilidad técnica de la elaboración del producto o servicio que se busca poner a disposición del mercado, es decir que posibilita planificar la optimización del espacio, identificar la maquinaria a emplearse, intentando evitar pérdida de tiempos tanto de personal como de maquinaria, en síntesis, da paso a la evaluación de las diferentes alternativas y opciones técnicas, comparar costos y beneficios, y tomar decisiones informadas y estratégicas. (p.83)

Ramonez (2022) señaló lo siguiente al respecto:

El desarrollo de un estudio técnico de un proyecto de inversión es importante para evaluar la viabilidad técnica del proyecto, identificar requerimientos y especificaciones técnicas, estimar costos, planificar la ejecución, evaluar riesgos y fundamentar las decisiones, aquello incluye la identificación de posibles fallas en la tecnología, problemas de suministro de recursos, cambios en regulaciones o normativas inherentes a cada país o región. Al identificar estos riesgos, se pueden desarrollar estrategias y planes de mitigación para minimizar su impacto negativo sobre el negocio. (p.19)

El estudio técnico permite evaluar si una idea de negocio es factible de llevar a cabo, porque su contenido analiza aspectos como la disponibilidad de recursos, la capacidad de producción, la tecnología requerida, los procesos de fabricación y cualquier otro elemento relacionado con la viabilidad técnica del proyecto, esto ayuda a determinar si va a tener buenos resultados.

### **2.3.2.2. Elementos del estudio técnico**

Para el desarrollo del estudio técnico se requieren analizar variables como las siguientes:

#### **2.3.2.2.1. Localización del proyecto.**

Cevallos et al. (2022) sostuvo que uno de los procesos claves en la ejecución de un proyecto es:

La localización, pues el impacto económico y social generado es definitivo, porque el lugar es algo no negociable, una vez seleccionado el lugar para implantar el proyecto no

existe flexibilidad en la toma de medidas correctivas, una vez se haga no hay marcha atrás o es la adecuada o simplemente no lo es. (p. 90)

Para localizar un plan de negocio, Reyes et al. (2021) argumenta:

Identifica el lugar en que se va a establecer la actividad productiva, es preciso tener en cuenta dos variables muy importantes: localizarlo cerca donde se encuentran las materias primas e insumos o en donde están sus consumidores finales. La toma de la decisión de ubicación, se concentrará al analizar detenidamente las variables de costos de transportes de insumos o de productos, la disponibilidad del recurso humano, de vías y medios de comunicación y de normas legales favorables. (p. 65)

Por lo tanto, se sintetiza que la definición de la localización requiere del análisis de aspectos como la cercanía a las materias primas, facilidad para distribuir el producto, la facilidad para encontrar mano de obra, factores climáticos, acceso a servicios básicos: luz, agua, telefonía, internet; todo ello debe ser valorado para realizar una selección que resulte adecuada y contribuya al buen funcionamiento del proceso productivo.

#### **2.3.2.2.2. Tamaño del proyecto**

La determinación del tamaño del proyecto generalmente se define en base al cálculo de la demanda y la capacidad productiva que se atribuye a la empresa del porcentaje total de la demanda. Se requiere considerar la demanda, el suministro e insumos, equipos, financiamiento y organización; es importante para conocer la población donde va a funcionar el negocio, considerando que a mayor tamaño de la muestra mejor se identificará las características de la población objetivo, en el proceso del muestreo se determinará el público al que se pretende llegar mediante un producto o servicio. (Ramonez, 2022, pág. 19)

La determinación del tamaño óptimo acorde a Cevallos et al. (2022):

No se refiere a dimensiones físicas, sino a la capacidad de producción del negocio, es importante conocer la población objetivo, considerando que a mayor tamaño de la muestra mejor se identificará las características de la población, en el proceso del muestreo se determinará el público objetivo; en este ítem del estudio técnico se calcula los productos que se venderán en el negocio, para luego proceder al cálculo de cada

producto o servicio, tomando en cuenta la cantidad de venta diaria, mensual y anual.  
(p.81)

El tamaño del proyecto se refiere a evaluar su viabilidad en relación con los recursos disponibles, siendo crucial para determinar si el tamaño propuesto es objetivo y realista en términos de la capacidad económico financiera, los recursos humanos disponibles, las capacidades técnicas y las infraestructuras necesarias; esta información en conjunto ayuda a evitar emprender proyectos de inversión que sean demasiado grandes para los recursos que posee o que no sean lo suficientemente grandes para generar rentabilidad.

### **2.3.2.2.3. Ingeniería del proceso productivo**

La ingeniería del proyecto en consecuencia con Cevallos et al. (2022):

Básicamente comprende el análisis del proceso de producción, distribución de la planta y las obras que se requieran, entonces desprende un conjunto de conocimientos, técnicas y prácticas aplicadas en la planificación, diseño, ejecución y control de un proyecto. Implica la aplicación de principios de ingeniería y gestión para llevar a cabo de manera eficiente y efectiva la implementación de un proyecto. (p.94)

Acorde a Reyes et al. (2021) la ingeniería:

Es la planeación del proyecto en la que se determina todo lo concerniente a la instalación y al funcionamiento de la planta. Los principales factores por evaluar se incluyen el tamaño del negocio, el proceso de producción, la tecnología, la maquinaria y el equipo. Este elemento del estudio técnico infiere sobre la aplicación de principios de ingeniería y gestión para planificar, diseñar, ejecutar y controlar un proceso productivo, razón por la cual es fundamental para garantizar la eficiencia, calidad y éxito del proyecto, y abarca diversas disciplinas y áreas de conocimiento. (p.57)

El análisis de ingeniería permite analizar aspectos como: la disponibilidad de recursos y tecnología, la capacidad de producción, entre otros, aquello ayuda a determinar si el proyecto es realizable y si se pueden superar los desafíos técnicos asociados, ayuda a optimizar el uso de los recursos disponibles. Se identifican los requisitos y especificaciones técnicas necesarios, así como los equipos, materiales y mano de obra requeridos, evitando desperdicios.

#### **2.3.2.2.4. Distribución de la planta**

La distribución de la planta de producción, según Reyes et al. (2021):

Se refiere a la disposición física de los diferentes equipos, maquinarias, áreas de trabajo y recursos dentro de una instalación de producción o manufactura, consiste en la planificación y organización de los espacios y la ubicación de los elementos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo de manera eficiente y efectiva. Está directamente influenciada por las especificaciones del sistema productivo, particularmente por la variedad y el volumen requerido para producir. Además del bien a producir, es relevante conocer la ruta que van a seguir los productos, los servicios adicionales necesarios y la evolución esperada en el tiempo. (p.64)

En este apartado Cevallos et al. (2022) señala:

Se describe la disposición interna de los recursos a través de los cuales la empresa tendrá operatividad, así como su secuencia de actividades, con todas sus áreas disponibles que forman parte de la empresa, ayuda ubicar el negocio y establecer como definirá sus áreas funcionales tanto para la producción como para la comercialización de sus productos o servicios; brindando espacios para el buen desempeño de los empleados y una personalizada atención de sus clientes. (p.98)

La distribución de la planta de producción es el diseño físico y la organización de los espacios y recursos dentro de una instalación de producción, su objetivo principal es optimizar el flujo de materiales y personas, mejorar la productividad, reducir costos y crear un entorno de trabajo seguro y eficiente, debe estar orientada a la reducción de los movimiento de de los trabajadores, evitar cruces de rutas, facilitar la comunicación y colaboración entre los equipos de trabajo, y promover una mayor productividad en la realización de las tareas.

#### **2.3.2.2.5. Estructura organizacional**

Carrera et al. (2019)

Se trata de la división del trabajo, especialización, jerarquía, distribución de la responsabilidad y autoridad, permitiendo hacer esfuerzos coordinados para el logro de los objetivos de la empresa, por tanto, es necesario definirla para asegurar la eficiencia

del proyecto cuando este esté funcionando, se da en él una visión general de como deberá funcionar la parte administrativa. Contempla los elementos y aspectos relacionados con la parte administrativa del proyecto, hace alusión a la adecuada administración del personal para que el proyecto cumpla con su fin (p. 53).

Según Reyes et al. (2021):

Contar con el estudio organizacional o administrativo permite tener mayor claridad de la estructura que a adoptar la empresa. Tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales porque se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los directivos, encargados de áreas y los empleados. (p.19)

La estructura organizacional de una empresa se refiere a la forma en que se organiza y se divide el trabajo dentro de la organización, infiere sobre las relaciones de autoridad, responsabilidad y comunicación que debe establecerse entre los diferentes departamentos, funciones y niveles jerárquicos de la empresa; frecuentemente es representada por medio de organigramas, allí se presenta visualmente las líneas jerárquicas y de comunicación existente entre los miembros de una empresa, se elabora en forma concisa y relevante, para que pueda ser comprendido.

- **Organigramas**

El organigrama de acuerdo con Reyes et al. (2021):

Es denominado también como estructura orgánica, representa gráficamente el orden que prevalece en la empresa, pueden variar en su nivel de detalle y complejidad, dependiendo de las necesidades y la estructura de la organización. Surgen de la planificación y su principal función es proporcionar una representación visual clara y comprensible de la estructura organizacional, ayudando a los empleados y a otras personas a entender la organización y sus relaciones (p.30).

Según Carrera et al. (2019) los organigramas “son presentaciones visuales que reflejan la estructura de una organización, detallando los niveles de jerarquía desde el nivel superior más alto hasta las relaciones entre los diversos cargos, facilita la comprensión de los departamentos de una empresa” (p.33).

Es una herramienta que proporciona un esquema visual claro de la estructura de una empresa u organización. permitir la visualización de manera fácil y rápida cómo se dividen los cargos dentro de la organización, y cómo se relacionan entre sí, ayudan a identificar quiénes son los responsables y quiénes deben ser involucrados en procesos de toma de decisiones en función de la estructura organizacional.

- **Flujograma**

En este apartado Cevallos et al. (2022) señala:

El flujograma representa el proceso productivo a través de una serie de símbolos estandarizados la secuencia de actividades de un proceso, además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas o responsables, esto hace más fácil el análisis y la identificación de cómo se lleva a cabo el proceso de producción de una empresa al mismo tiempo que favorece el monitoreo del funcionamiento de una empresa (p.94)

Reyes et al. (2021) sostiene que un flujograma de procesos, también conocido como diagrama de flujo:

Es una representación gráfica que muestra de manera secuencial y detallada los pasos, las actividades y las decisiones que se llevan a cabo en un proceso o sistema. Es una herramienta visual que permite visualizar el flujo de información, materiales o acciones a lo largo de un proceso, desde el inicio hasta el final. Se realiza en base a diferentes símbolos y conectores que representan las diferentes etapas y elementos, su principal utilidad es facilitar la comprensión de las actividades y recursos inmersos en un proceso productivo (p.59).

Este instrumento permite mostrar paso a paso el proceso de elaboración del producto o servicio, resultando realmente útil para establecer mejoras, al brindar un resumen de las actividades realizadas, así, facilita identificar de manera eficiente las actividades, los flujos de trabajo, las decisiones y los puntos críticos.

### **8.3.3. Estudio económico financiero**

Acorde a Cevallos (2022):

Es el tercer elemento o etapa del plan de negocio tiene como finalidad cuantificar o resumir todos los aspectos monetarios, inmersos en los estudios anteriores para analizarlos y proyectarlos en términos financieros, en consecuencia su propósito es determinar acertadamente si el proyecto es viable o no de realizar, por ello no es solo importante realizar este estudio, sino además que el resto de estudios estén bien elaborados, de lo contrario se verán los resultados alcanzados presentarán información sesgada poniendo en riesgo la inversión que se realiza al poner en marcha dicho negocio (p. 112).

Acorde a Reyes (2021):

Consiste en analizar y evaluar los aspectos económicos y financieros del proyecto para determinar su viabilidad y rentabilidad, se enfoca en proyectar los ingresos, costos, inversiones y flujos de efectivo esperados a lo largo de la vida del proyecto. Se efectúa en función de los datos proporcionados por los estudios de mercado, técnico y organizativo, se procede al cálculo de indicadores financieros como el VAN, la TIR, el Costo Beneficio, el PRI, entre otros según se considere pertinente. (p.12)

En base a las definiciones expuestas se determina que el estudio económico financiero de un plan de negocio es aquella en donde se realizan los cálculos que permiten conocer el nivel de rentabilidad y factibilidad del negocio propuesto, siendo necesario el uso del concepto de costo que tiene el dinero en relación al tiempo, los indicadores que se utilizan con mayor frecuencia son: la tasa interna de retorno, asimismo el valor actual neto, cuya aplicación e interpretación permite establecer si existe o no viabilidad y en qué medida genera ganancias.

#### **8.3.3.1. Elementos del estudio económico financiero**

El estudio financiero además de resumir la información representada en el resto de estudio, genera nueva información, la cual será útil para determinar su viabilidad:

### **8.3.3.2.1. Inversión inicial**

De acuerdo con Reyes et al. (2021) “la inversión inicial es la cantidad monetaria estima que requiere el proyecto para operar de manera correcta, es decir que corresponde al valor de arranque del negocio” (p.97)

Para Cevallos et al. (2022) “se trata de aquel valor que se debe recuperar, es el monto de las inversiones previstas al inicio del proyecto, las mismas que han de ser registradas con signo negativo un año cero del proyecto” (p.127).

A partir de lo expuesto, se comprende que la inversión inicial se refiere al capital necesario para establecer una nueva empresa, incluyendo la adquisición de maquinaria, insumos y otros recursos esenciales para iniciar la producción, es el punto de partida económico que permite al negocio comenzar a operar y generar ingresos.

### **8.3.3.2.2. Ingresos**

Para Ramonez (2022) los ingresos de un proyecto de inversión:

Se refieren a los flujos de dinero o recursos que se generan como resultado de la venta de bienes o servicios, su valoración resulta crucial para evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto y deben ser proyectados de manera realista considerando diferentes factores y supuestos. (p.18)

Bernedo (2021) señala lo siguiente:

Este término en el marco de un plan de negocio se define como aquellas entradas monetarias o valor económico que la empresa recibe en contraprestación por la venta de bienes, prestación de servicios u otras actividades relacionadas con su negocio principal, representan los flujos de dinero o recursos que ingresan a la empresa como resultado de sus operaciones. (p. 48)

Los ingresos son las cantidades de dinero que la empresa recibe como resultado de sus operaciones, es decir, por la venta de bienes o la prestación de servicios, es importante que se evalúe su obtención de manera realista para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto,

considerando diversos factores y escenarios que puedan influir en su generación a lo largo del tiempo.

#### **8.3.3.2.3. Costos**

Acorde a Reyes et al. (2022) “Los costos de un proyecto de inversión son los recursos económicos destinados a los gastos o salidas monetarias que se incurren para llevar a cabo la producción o prestación de un servicio” (p.62)

**Costos directos:** Son aquellos costos que pueden ser atribuidos directamente a un producto específico o a un proyecto en particular. Por ejemplo, el costo de los materiales específicos utilizados en la producción de un producto o los salarios del personal dedicado exclusivamente a un proyecto (Molina et al., 2019, p. 18).

**Costos indirectos:** Son los costos que no se pueden atribuir directamente a un producto o proyecto en particular, pero que son necesarios para el funcionamiento general del negocio. Estos costos se asignan de manera proporcional a los productos o proyectos en función de algún criterio de distribución, como el tiempo, la capacidad o el costo total de producción (Molina et al., 2019, p. 18).

Considerando las definiciones expuestas es determina que es importante realizar un análisis detallado y preciso de los costos de un cualquier plan de negocio que se realice, ya que esto permite evaluar su viabilidad financiera y determinar la rentabilidad esperada, es decir que un adecuado control de costos contribuye a tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos, el establecimiento de precios, la gestión de la producción y la maximización de los beneficios del proyecto.

#### **8.3.3.2. 4. Financiamiento**

De acuerdo a Cevallos et al. (2022) una vez que se conoce la inversión requerida:

Existen dos formas de financiarlo con recursos propios o recursos de terceros, financiar con recursos propios aumenta el riesgo del inversionista debido a que se concentra en el patrimonio, mientras que si se apalanca con recursos de terceros el riesgo se distribuye entre las diferentes fuentes y por ellos los indicadores de factibilidad siempre son mayores con financiamiento. (p.116)

De acuerdo a Reyes et al. (2021):

El plan de negocio puede ser financiado con fuente interna es decir con aportación propia del dueño o socios, la otra forma es el financiamiento externo, para lo cual, se puede recurrir a las instituciones financieras entre las cuales están; bancos, cooperativas, instituciones del Estado e inversionistas privados. (p.84)

De las definiciones citas se extrae que el financiamiento es el proceso de obtener fondos o capital para financiar proyectos, actividades o adquisiciones, puede provenir de diversas fuentes tanto internas como externas.

#### **8.3.3.2.5. Estados financieros**

- **Estado de resultados**

Según Reyes et al. (2021) “Este estado es un instrumento financiero que va a presentar a detalle los resultados obtenidos de la operación de la empresa en un lapso, refleja las ventas, los costos y los gastos inherentes, para finalmente determinar la utilidad” (p. 86).

Según Cevallos et al. (2022):

El estado de resultados es un informe financiero que muestra de manera detallada todas las partidas de ingresos, costos y gastos registrados durante un periodo específico. Este documento refleja las actividades operativas del ejercicio, evidenciando la ganancia o pérdida neta obtenida en dicho periodo. Es importante destacar que excluye cualquier ingreso o egreso que corresponda a ejercicios anteriores (p. 120).

Este balance es un reflejo de los resultados económicos de la empresa, la cual se ve directamente influenciada por el manejo o gestión que se realiza de sus recursos, permitiendo determinar si un proyecto genera utilidades suficientes después de cubrir los costos de producción, así como los gastos administrativos y de ventas.

- **Flujo de efectivo del proyecto**

Carrera et al. (2019) señala:

El flujo de efectivo, también conocido como flujo de caja es un informe financiero que muestra la dinámica de las entradas y salidas de efectivo de la actividad económica, durante su vida útil, en esencia es de enorme utilidad para determinar la capacidad que tendrá el proyecto de cumplir con sus obligaciones de deuda y generar flujos de efectivo positivos. se refiere al movimiento de dinero entrante y saliente en una empresa durante un período de tiempo específico. Es el registro de los ingresos y egresos de efectivo, es decir, de los flujos reales de dinero que entran y salen de la empresa. (p.70)

Cevallos et al (2022) menciona que “los flujos netos de un proyecto son correspondientes a la sumatoria de la utilidad neta más las depreciaciones registradas y más las amortizaciones menos el capital a pagar y sumada la cantidad residual de los productos” (p.121).

Se puede concluir que el flujo de efectivo refleja el movimiento de dinero entrante y saliente en la empresa a lo largo de un período determinado y es fundamental para evaluar la capacidad del proyecto de cumplir con sus obligaciones financieras y mantener una operación sostenible. Un flujo de efectivo positivo es indicativo de buena salud financiera, permitiendo a la empresa no solo cubrir sus deudas, sino también reinvertir en su crecimiento y generar beneficios para los accionistas donde su correcta gestión y análisis son claves para asegurar la viabilidad a largo plazo del proyecto.

### **Punto de equilibrio**

Carrera et al. (2019) señala que el punto de equilibrio:

Representa la cantidad que la empresa requiere para vender y pagar los costos tanto fijos como variables, normalmente se establece en unidades físicas o unidades monetarias, y es sumamente útil para conocer cuánto es lo mínimo que se debe vender para que los gastos fijos de la empresa y los gastos variables de las unidades producidas estén cubiertos. (p.71)

Según Reyes et al. (2019) “Este indicador muestra la cantidad cuando los costos fijos y costos unitarios variables son cubiertos, es decir en la situación en que no se generan ganancias, sino únicamente se compensan los costos (p.63).

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de ventas o ingresos en el cual los ingresos totales de un negocio son iguales a los costos totales, lo que resulta en un beneficio neto de cero. En otras palabras, es el punto en el cual los ingresos generados cubren exactamente los costos asociados con la producción y la operación del negocio, sin generar ganancias ni pérdidas.

- **Valor actual neto**

Esta técnica según Cevallos et al. (2022) es:

La que más se utiliza para evaluar inversiones en activos fijos, consiste en traer a valor presente todos los flujos futuros, consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo de la cual los proyectos no deben ser aceptados. Permite calcular los flujos de caja futuros los cuales son originados por la inversión del proyecto. (p.129)

Acorde a Carrera et al. (2019) estima “la rentabilidad absoluta del proyecto, comprende la sumatoria de los flujos netos anuales actualizados menos la inversión inicial, representa el valor del dinero actual que se reportará en el futuro, a una tasa de interés y un periodo”. (p. 71)

Este indicador financiero es conocido como el proceso de descuento de los flujos que tiene un plan de negocio; aquello quiere decir que el dinero que se paga hoy para recibir un flujo de efectivo luego de varios años o el descuento de un monto futuro, el proceso de este indicador permite conocer la rentabilidad que tendrá el dinero.

- **Tasa Interna de Retorno TIR**

Según Carrera et al (2019) la TIR “mide la rentabilidad relativa del proyecto, muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que puede comprometer préstamos; sin incurrir, en futuros pérdidas, hace que el VAN sea igual a cero” (p. 72).

Acorde a Cevallos et al. (2022):

Convierte en cero el valor actual neto del proyecto, entre mayor es la tasa interna de retorno más rentable será el proyecto. También se puede decir que el TIR es la tasa de interés máxima que se puede pagar donde no se generan pérdidas ni tampoco ganancias, este indicador hace que el Valor Actual Neto representado a través de un valor positivo sea similar al valor actual de los flujos de inversión negativos (p.131).

Se define como una métrica financiera utilizada para evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión. La aplicación o cálculo de este indicador consiste en trasladar los flujos de efectivo futuros sean estos positivos o negativos que han sido obtenidos en el presupuesto del proyecto, al presente como un valor actualizado, es decir, el porcentaje de retorno que se espera obtener sobre la inversión realizada.

- **Relación Costo Beneficio**

Según Cevallos et al. (2022) “este método no se diferencia mucho del VAN, permite evaluar y comparar los costos y beneficios de un proyecto, inversión o decisión, su cálculo y análisis permite determinar si los beneficios esperados justifican los costos asociados”. (p.130)

Al respecto Valladares et al. (2023):

Es un procedimiento que permite generar una evaluación de los beneficios esperados superan o justifican los costos incurridos. Si los beneficios son mayores que los costos, se considera que la relación costo-beneficio es favorable y el proyecto o acción se considera rentable. Por el contrario, si los costos superan a los beneficios, la relación costo-beneficio es desfavorable y el proyecto o acción se considera menos viable (p.1682).

En la evaluación financiera existen varios métodos que ayudan en la elección de la mejor oportunidad para invertir los recursos, uno de ellos es el método costo/ beneficio como un indicador real, donde señala que se debe dividir todos los flujos de egresos de los años a estudiar para los flujos de ingresos a percibir en el futuro; además se considera que los resultados dependen de la veracidad de la información utilizada para el cálculo: ingresos y egresos.

- **WACC**

El WACC “es la tasa de rendimiento que los activos de una empresa deben generar para cubrir el costo del financiamiento, que incluye tanto el costo del capital propio como el costo de la deuda” (Cevallos et al., 2022, p.138).

Es una medida financiera que se utiliza para calcular el costo promedio ponderado de los diferentes tipos de financiamiento que una empresa emplea para sustentar sus operaciones. Esta herramienta permite evaluar el costo de capital teniendo en cuenta tanto el capital propio como la deuda, ponderados según su proporción en la estructura financiera de la empresa (Vélez, 2023, pág. 13).

En palabras sencillas, es un indicador financiero crucial que representa la tasa mínima de retorno que una empresa debe obtener de sus activos para satisfacer a sus inversores, tanto a los accionistas como a los prestamistas.

### **8.3. Microempresa**

Mora et al. (2019) señala que una microempresa es:

Una unidad económica de pequeña escala que opera con pocos recursos, emplea a un número reducido de personas y tiene una producción limitada. Las microempresas son el tipo más pequeño de empresas y generalmente se caracterizan por su simplicidad, flexibilidad y baja inversión inicial. Es importante destacar que los términos y definiciones pueden variar según el país y las regulaciones específicas (p. 2).

Alvarado et al. (2021) señala:

Una microempresa es un negocio de carácter familiar o personal en el área de comercio, producción o servicios que tiene menos de 10 trabajadores, desempeñan un papel importante en la economía, ya que contribuyen a la generación de empleo, fomentan la actividad empresarial local y pueden ser una fuente de innovación y emprendimiento. Sin embargo, debido a su tamaño reducido y limitados recursos, también enfrentan desafíos como la falta de acceso a financiamiento, la competencia con empresas más grandes y la vulnerabilidad a cambios económicos y de mercado. (p.2154)

Se puede definir como una entidad económica de pequeña escala, con recursos limitados y una producción restringida, que emplea a un reducido número de personas. Su característica principal es la simplicidad y flexibilidad, así como una inversión inicial baja. Aunque los términos pueden variar según el país, el concepto general de microempresa se refiere a estas pequeñas unidades que juegan un papel crucial en la generación de empleo y el impulso del emprendimiento local.

### **8.3.1. Características de las microempresas**

De acuerdo a González et al. (2022) algunas características comunes de las microempresas son:

- Son la columna vertebral de la generación de fuentes de ingresos y empleo en el mercado
- La oferta de productos y prestación de servicios se orienta a los consumidores directos.
- Dinamizan la economía de los lugares en los cuales se establecen
- El valor agregado de su producción contribuye a una desconcentración de recursos en el país.
- Es flexible para adecuarse a los cambios y exigencias del mercado a nivel interno como externo.
- Dentro del tejido empresarial son las unidades más pequeñas.
- No superan la cantidad de 10 empleados.
- Los procesos productivos tienen un mínimo nivel de automatización. (p.89)

Al respecto Rodríguez et al. (2019):

Las microempresas se caracterizan por poseer una ubicación física de manera permanente, combinado acciones y recursos con el control de una sola entidad de control que permita el desarrollo de actividades de producción o bienes en la compraventa o prestación de servicios (p.54).

Las microempresas se caracterizan por favorecen de manera positiva a la generación de fuentes de ingresos mediante la creación de nuevos empleos, dinamizando el mercado con la oferta de productos o nuevos servicios, otra característica relevante es que para ser consideradas dentro de esta clasificación no se deben superar la cantidad de 10 empleados y procesos con mínima automatización.

### 8.3.2. Importancia de las microempresas

Las microempresas juegan un papel significativo de empleo en muchas economías. A menudo, son el primer paso para aquellos que buscan iniciar su propio negocio y brindan oportunidades de empleo a personas con habilidades limitadas o poca experiencia laboral. En conjunto, las microempresas pueden emplear a un gran número de personas y contribuir a reducir la tasa de desempleo. A menudo son ágiles y flexibles, lo que les permite adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y probar nuevas ideas, suelen ser impulsadas por emprendedores que están dispuestos a asumir riesgos y explorar nuevas soluciones (Alvarado et al., 2021, p.2155).

González et al. (2022) señala que las microempresas:

Contribuyen al desarrollo local, creando empleos y así mismo aumentando el poder adquisitivo de las familias al hacerlo, contribuyen al desarrollo económico de esas áreas al proporcionar bienes y servicios, generar ingresos y pagar impuestos locales, lo que fortalece el tejido económico y social de la comunidad; así también están involucradas en una variedad de sectores y actividades económicas, ayudan a diversificar la economía y reducir la dependencia de un solo sector o industria (p.89).

Estas entidades juegan un papel crucial en la economía al ser una importante fuente de empleo y ofrecer oportunidades a emprendedores con recursos limitados. Su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y probar nuevas ideas les permite fomentar la innovación y reducir el desempleo. Operando en lugares locales, estas empresas contribuyen al desarrollo económico al proporcionar bienes y servicios, generar ingresos y fortalecer el tejido social mediante redes y colaboraciones con otras entidades. Además, su presencia en diversos sectores ayuda a diversificar la economía y a mitigar la dependencia de industrias específicas.

## 9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

### **¿Cuál es la situación de la oferta, demanda, precios y la demanda insatisfecha de la harina de banano en el cantón La Maná?**

El desarrollo del estudio de mercado realizado mediante la aplicación de encuestas permitió determinar una oferta de 199.368 fundas y la demanda del mismo producto se situó en 962.349 con una demanda insatisfecha de (341.608 fundas de 100 gramos), (334.496 fundas de 200 gramos), 19.555 fundas de 300 gramos) (38.895 fundas de 400 gramos) (50.121 fundas de 500 gramos).

**¿Cuál será la localización, ingeniería, recursos y estructura óptima necesaria para la elaboración y comercialización de harina de banano en el cantón La Maná?**

El tamaño del proyecto en función de los resultados de la demanda insatisfecha la disponibilidad de los recursos fue 92.160 fundas anuales, equivalentes a 25.920 kg. con ello se crearán cinco fuentes de empleo entre operativos y administrativo, en este estudio se describió los requerimientos de equipo, maquinaria y aspectos legales necesarios para funcionar y operar como una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de harina de banano.

**¿La creación de una microempresa de elaboración y comercialización de harina a partir de excedentes de banano genera rentabilidad económica?**

Se pudo apreciar una amplia rentabilidad en términos económicos, debido que la elaboración del producto no requiere de materia prima costosa, evidenciando una inversión inicial de \$ 67.660,48 Los costos fijos totales para el primer año fueron de \$41.520,41 y los variables totales fueron de \$8.094,40, mientras que la utilidad neta que reflejó el estado de resultado para el primer año del proyecto fue de \$36.112,38.

**¿Existe rentabilidad financiera en la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) en el cantón La Maná?**

Si existió una rentabilidad financiera aceptable para la propuesta de elaboración y comercialización de harina de banano en el cantón La Maná con un Valor Actual Neto de \$41.302,49 y una Tasa Interna de Retorno del 84%, así también el Beneficio Costo de \$2,12 como el Periodo de Retorno de Inversión en 1 año, 7 meses y 3 días.

## **10. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

### **10.1.Métodos**

#### **10.1.1. Método histórico lógico**

“Este método se integra en una estructura investigativa o proceso de investigación para exponer los procesos de desarrollo de cualquier objeto de análisis para comprender sus rasgos generales” (Torres, 2019, pág. 11). A través del método se analizó los antecedentes del plan y negocio, así como las diferentes etapas que atravesó hasta la actualidad, llegando a consolidarse como una

herramienta valiosa que permite establecer la viabilidad de mercado, técnica y económica financiera de una idea de negocio.

### **10.1.2. Método deductivo**

“El método deductivo es aquel tipo de razonamiento cuyo vocablo se refiere a conducir o extraer, por lo tanto, consiste en pasar de principios generales a hechos particulares” (Albornoz, 2023, pág. 73). La aplicación de la deducción fue de gran utilidad para el desarrollo del problema de investigación partiendo desde un ámbito macro, meso y micro se definió las principales causas entre las que se encuentran: deficientes niveles de capacitación de capacitación de los productores bananeros sobre la forma de agregar valor a los excedentes de banano y el escaso apoyo de organismos estatales hacia los emprendimientos productivos; que a su vez generan efectos adversos como el desaprovechamiento de gran cantidad de fruta, lo cual representa pérdidas económicas para los productores y sus familias.

### **10.1.2. Analítico**

Este método “se refiere a dos estilos de razonamiento que operan en conjunto: el análisis y la síntesis, el análisis posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes” (Albornoz, 2023, pág. 73). Se aplicó en el transcurso de la investigación y permitió analizar la información recopilada mediante encuestas aplicadas a los consumidores, comisariatos y tiendas del cantón La Maná. Al igual que los resultados de los estudios: de mercado, técnico y económico financiero de la elaboración de harina a partir de los excedentes de banano.

## **10.2. Tipos de investigación**

### **10.2.1. Bibliográfica**

Es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos obtenidos y registrados en diversas fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. (Guevara et al.,2020). La investigación bibliográfica se empleó en la fundamentación científica técnica mediante la revisión de temas referidos al plan de negocio y la microempresa, consultando en diferentes fuentes como: libros, artículos científicos, tesis,

páginas web; esta información fue analizada y presentada con las respectivas citas y bibliografía según las normas APA séptima edición.

### **10.2.2. De campo**

“Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (Rodríguez, 2020, pág. 27). Considerando tal definición se estableció que la investigación fue de campo por la forma de recabar información a través de encuestas, cuyo proceso de aplicación requirió de la interacción de los investigadores, consumidores y productores.

## **10.3. Nivel o alcance**

### **10.3.1. Descriptiva**

“La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características que presenta el objeto de estudio, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos” (Rodríguez, 2020, pág. 24) . Se utilizó para dar a conocer la situación actual del problema existente y describir los resultados a alcanzar mediante el análisis de la oferta, demanda y precios de la harina de banano, además de los requerimientos operativos del negocio detallados en el estudio de mercado y los cálculos realizados en el estudio económico financiero.

## **10.4. Técnicas de investigación utilizadas**

### **10.4.1. Encuesta**

“La encuesta es una herramienta de retroalimentación conocida para obtener información de un grupo o una porción de la población de interés” (Guevara et al., 2020, p. 167). En la investigación se empleó esta técnica para recolectar información de los comisariatos y tiendas, así como de las familias del cantón La Maná en relación a la oferta y consumo de harina de banano.

## **10.4. Instrumentos utilizados**

### **10.5.1. Cuestionario**

“El cuestionario es un conjunto de preguntas estructuradas y organizadas que se utiliza para obtener información relacionada con los objetivos en la investigación” (Albornoz, 2023, pág. 154). En el proceso de recolección de información fue necesario elaborar dos instrumentos:

- El primer cuestionario estuvo dirigido a los comisariatos y tiendas del cantón La Maná para indagar sobre la oferta de la harina de banano, se estructuró con aproximadamente 11 preguntas claves con respuestas de selección múltiple (Anexo 3).
- El segundo cuestionario estuvo orientado a las familias del cantón La Maná que representan la demanda del producto, presentará un total de 15 preguntas (Anexo 4).

### **10.6. Diseño de investigación**

Albornoz (2023) señala que “es aquel plan que debe seguir el investigador para cumplir los objetivos previstos” (pág. 47). El estudio presentó un enfoque cuantitativo basado en una estructura sistemática establecida por las etapas o componentes del plan de negocio: estudio de mercado, técnico y económico financiero. El tipo de investigación fue descriptivo, se utilizó la investigación de campo y bibliográfica para la recolección de información primaria y secundaria. En primera instancia se desarrolló una revisión retrospectiva de estudios sobre el plan de negocio que se realizaron con anterioridad se establecerá su etimología y evolución a través de los años.

Durante el desarrollo del estudio de mercado se empleó los métodos analítico y deductivo, se recabó información de las tiendas y comisariatos, así como de las familias del cantón que constituyen la oferta y demanda respectivamente. Previa la aplicación de los instrumentos de recolección de información se realizó el proceso de validación de contenido mediante juicio de expertos, solicitando a docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná. Los resultados de las encuestas permitieron realizar los correspondientes cálculos de proyección y estimación de la demanda insatisfecha.

La población objeto de estudio de comisariatos y tiendas según el registro de patentes y permisos del Benemérito Cuerpo de Bomberos del cantón La Maná, correspondió a 376 establecimientos, con el cálculo respectivo de la muestra se obtuvo una cantidad de 194. La

población de consumidores asciende a 69.209 acorde a las proyecciones del INEC para el año 2023, considerando que los consumidores deben ser personas mayores de 15 años y que tengan poder adquisitivo para realizar la compra del producto se considerará la PEA del cantón La Maná que es del 40%, entonces la población de consumidores se determinará en 24.484 habitantes, con una muestra de 378.

Los resultados de las encuestas sirvieron de base para efectuar el estudio técnico donde se determinaron aspectos como el tamaño del proyecto, localización óptima, ingeniería y estructura organizacional necesaria para la microempresa de elaboración de harina con excedentes de banano. En la parte del estudio económico financiero se efectuaron los cálculos de la inversión inicial, se determinó la forma de financiamiento, el estado de resultados, el flujo de caja y finalmente se aplicaron los indicadores de evaluación financiera: Punto de equilibrio, VAN, TIR y Relación B/C.

## 10.7. Población y muestra

### 10.7.1. Población

- **Población de comisariatos y tiendas del cantón La Maná**

“La población es un conjunto formado por todos los elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (Albornoz, 2023, pág. 150). Para conocer la cantidad de comisariatos y tiendas que operan en el cantón La Maná se consultó en el Benemérito Cuerpo de Bomberos los registros de patentes y permisos (ver anexo 8), obteniendo como resultado la existencia de 376 establecimientos de los cuales se proyectó obtener información sobre el consumo actual de harina de banano.

**Tabla 3.** *Población de comisariatos y tiendas del cantón La Maná*

<b>Código</b>	<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>
<b>CIU</b>		
G47111	VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS DE BAZAR	<b>376</b>

Fuente: Benemérito Cuerpo de Bomberos (2023).

- **Población consumidores del cantón La Maná (demanda)**

En el presente estudio se toma en consideración a los habitantes del cantón La Maná, que según proyecciones del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos asciende a 69.209 personas para el año 2023, considerando que los consumidores deben ser personas adultas y que tengan poder adquisitivo para realizar la compra del producto se considerará la cantidad de familias, entonces para obtener ese valor se procedió a dividir la población por la cantidad de integrantes de familia que acorde a los datos del INEC es de 3.2 personas (anexo 7 ).  $(69.209/3) = 23.070$  familias.

## 10.7.2. Muestra

### 10.7.2.1. Cálculo de la muestra de comisariatos y tiendas del cantón La Maná (oferta)

El cálculo de la muestra de comisariatos y tiendas del cantón La Maná se realizó a través de la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

<b>Z</b>	Nivel de confianza	1.96 <sup>2</sup>
<b>p</b>	Nivel de atributo deseado	0.50
<b>q</b>	Nivel de atributo no deseado	0.50
<b>N</b>	Tamaño del universo	376
<b>e</b>	Error de estimación	7%
<b>n</b>	Tamaño de la muestra	<i>i</i>

$$n = \frac{1,96^2 * 376 * 0.5 * 0.5}{(0,07)^2(376 - 1) + (1,96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{361.1104}{2.7979}$$

$$n = 129,064$$

*n = 129 establecimientos a encuestar*

### 10.7.2.2. Cálculo de la muestra de consumidores del cantón La Maná (demanda)

Para obtener la muestra de los potenciales consumidores de la harina de banano, se utilizó la fórmula de muestra para poblaciones finitas, considerando la cantidad de 23.070 familias, a continuación, se detalló el correspondiente cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

<b>Z</b>	Nivel de confianza	1,96 <sup>2</sup>
<b>P</b>	Nivel de atributo deseado	0.50
<b>Q</b>	Nivel de atributo no deseado	0.50
<b>N</b>	Tamaño del universo	376
<b>E</b>	Error de estimación	5%
<b>N</b>	Tamaño de la muestra	<i>i</i>

$$n = \frac{1,96^2 * 23.070 * 0.5 * 0.5}{(0,05)^2(23.070 - 1) + (1,96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{22.156,43}{58,63}$$

$$n = 378 \text{ familias a encuestar}$$

### 10.8. Validación del instrumento por vía de expertos

El juicio de expertos “es representado con al menos dos expertos, los cuales analizan y evalúan un instrumento, para estudiar la exactitud con que puede hacerse medidas significativas y adecuadas con el mismo, y que mida el rasgo que se pretende medir” (Martinez, 2019, pág. 4). Con el objetivo de establecer la validez de contenido de los cuestionarios, se solicitó la colaboración de tres profesionales de la docencia de la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná para la revisión de dichos instrumentos, quienes en base a su experiencia y conocimientos determinarán si es adecuado aplicarlos para tal efecto pueden sugerir observaciones, a más de ello se consideró el criterio del docente tutor que orientó el desarrollo cuyas directrices son acogidas por las investigadoras.

### **10.9. Procesamiento y análisis de la información**

“Este proceso comprendió una serie de acciones sistemáticas que permitieron atribuir orden y coherencia a los datos para que sean más entendibles” (Albornoz, 2023, pág. 156). En el estudio la información proveniente de las encuestas fueron ingresadas al programa Excel, para ello se tabuló los datos de cada una de las preguntas, posteriormente se realizaron las tablas reflejando las alternativas, la frecuencia y los porcentajes correspondientes, los cuales fueron representados a través de gráficos que se complementarán con análisis e interpretaciones debidamente sustentadas; en conjunto esta información sirvió de base para el desarrollo de los estudios de mercado, técnico y económico financiero para la creación de una microempresa de elaboración de harina en el cantón La Maná.

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 11.1. Estudio de mercado de los excedentes de banano (harina) en el cantón La Maná.

#### 11.1.1. Resultados de las encuestas aplicadas a los propietarios de los comisariatos y tiendas del cantón La Maná.

##### Dimensión 1. Información general:

##### 1. Género de los propietarios encuestados:

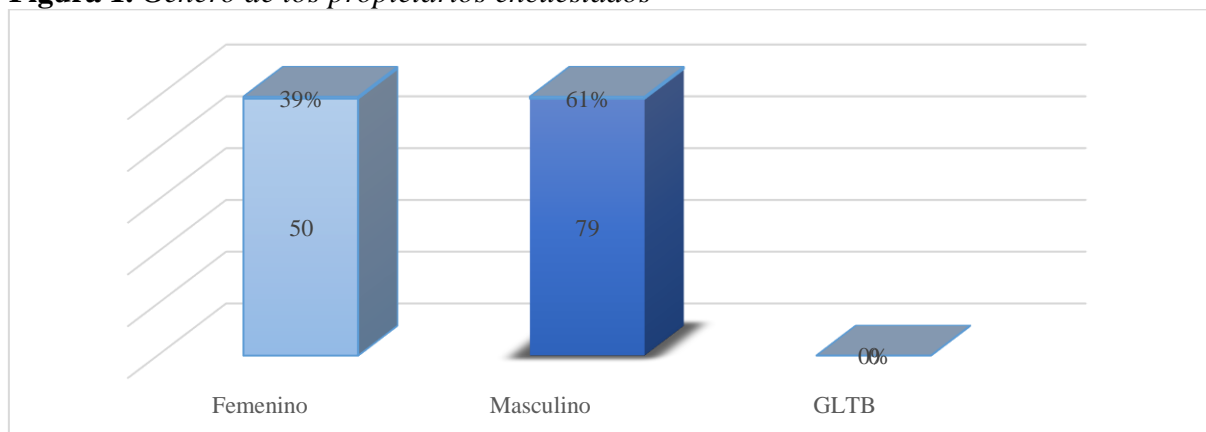
**Tabla 4.** Género de los propietarios encuestados

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Femenino	50	39
Masculino	79	61
GLTB	0	0
Totales:	129	100

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 1.** Género de los propietarios encuestados



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

##### Interpretación y análisis:

El género de los propietarios de las tiendas y comisariatos encuestados en un 61% fue masculino y el 39% fue femenino, analizando los resultados informativos se pudo conocer que el porcentaje mayoritario de los propietarios fue de género masculino, enfatizando con ello que en el cantón La Maná existe diversidad de género con respecto a la propiedad de estas entidades económicas que aportan al desarrollo de las familias.

## 2. Edad de los propietarios encuestados:

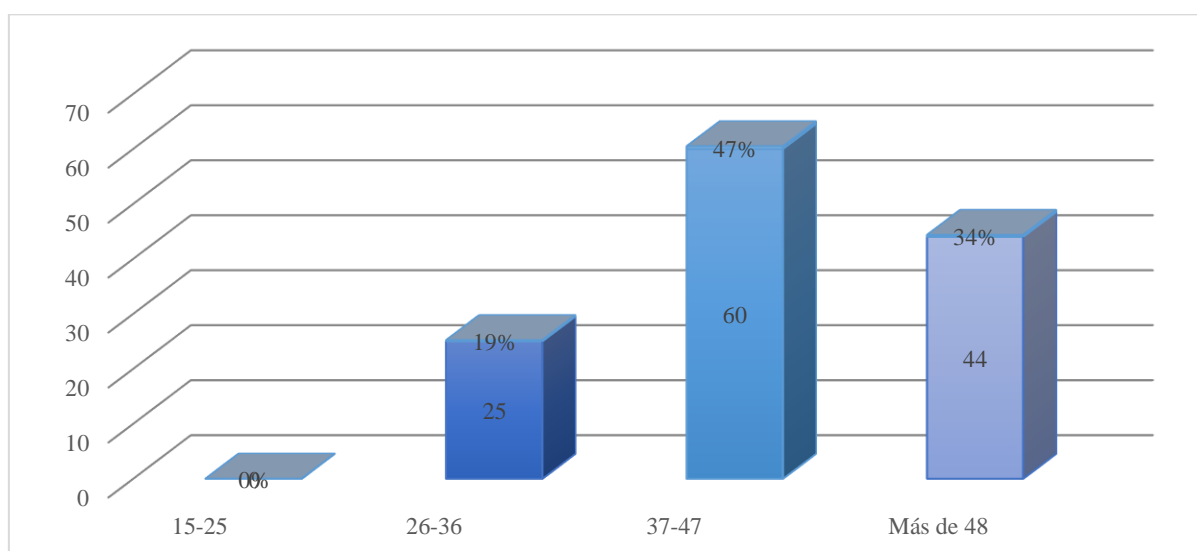
**Tabla 5.** *Edad de los propietarios encuestados*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
15-25	0	0
26-36	25	19
37-47	60	47
Más de 48	44	34
<b>Totales:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Proprietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 2.** *Edad de los propietarios encuestados*



**Fuente:** *Proprietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Con respecto a la pregunta de la edad de los propietarios de las tiendas y comisariatos del cantón La Maná el 47% estuvo en un rango de 37-47 años, el 34% menciono que tuvo más de 48 años y el 19% sostuvo que su edad oscilo entre los 26-36 años. Con los datos obtenidos se pudo conocer que la mayoría de los encuestados estuvo entre 37-47 años de edad y en muchos de los casos ya llevan varios años en este tipo de negocio, los datos pusieron en relieve que la edad de los propietarios es un estrato medianamente joven.

## Producto

### 3. ¿Qué presentación prefieren sus clientes a la hora de comprar harina de banano?

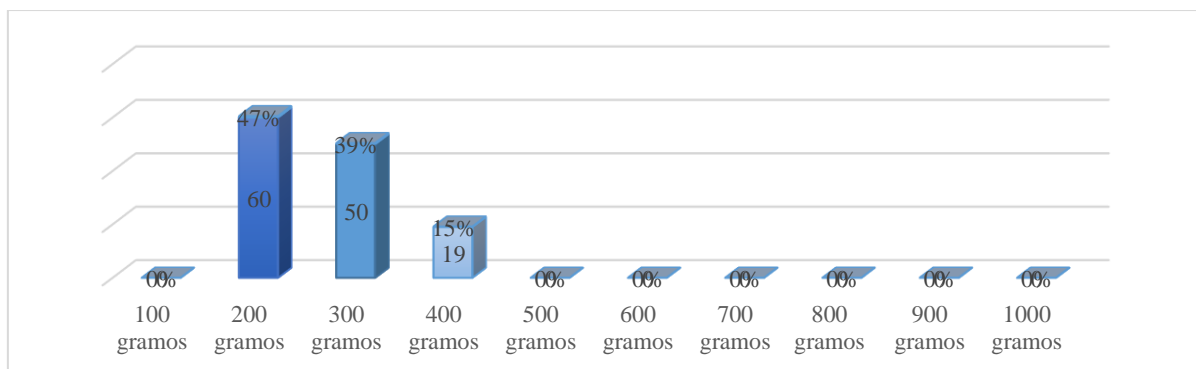
**Tabla 6.** *Preferencia de presentación a la hora de comprar*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
100 gramos	0	0
200 gramos	60	47
300 gramos	50	39
400 gramos	19	15
500 gramos	0	0
600 gramos	0	0
700 gramos	0	0
800 gramos	0	0
900 gramos	0	0
1000 gramos	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 3.** *Preferencia del envase para la harina de banano*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Según los propietarios, entre las presentaciones de preferencia de los clientes a la hora de comprar harina de banano el 47%, menciono que la presentación de 200 gramos fue la más vendida, el 39% respondió que 300 gramos y el 15% la presentación de 400 gramos; es decir la mayoría de la población del cantón La Maná, prefirió la presentación de 200 gramos a la hora de comprar la harina de banano, es decir la que más se vendió entre las tiendas y comisariatos, estos datos fueron claves para establecer el tamaño del proyecto y los tipos de presentaciones para la producción anual de la microempresa de harina de banano.

#### 4. ¿En promedio qué cantidad de harina de banano vende al mes en las siguientes presentaciones?

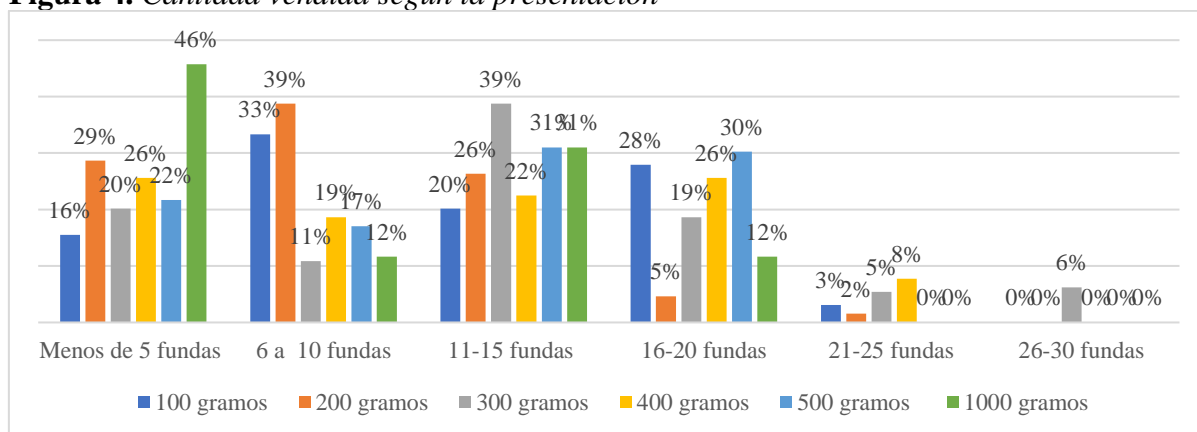
**Tabla 7.** Cantidad vendida según la presentación

Presentación	Menos de 5 fundas	6 a 10 fundas	11-15 fundas	16-20 fundas	21-25 fundas	26-30 fundas
100 gramos	16%	33%	20%	28%	3%	0%
200 gramos	29%	39%	26%	5%	2%	0%
300 gramos	20%	11%	39%	19%	5%	6%
400 gramos	26%	19%	22%	26%	8%	0%
500 gramos	22%	17%	31%	30%	0%	0%
1000 gramos	46%	12%	31%	12%	0%	0%

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 4.** Cantidad vendida según la presentación



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

De los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los propietarios de los comisariatos y tiendas del cantón La Maná, se determinó que en la cantidad de menos de 5 fundas la mayoría adquirió en la presentación de 1000 gramos con el 46%, en la cantidad de 6-10 fundas en la presentación de 200 gramos con el 39%, en la presentación de 11-15 fundas la mayoría optó por la presentación de 300 gramos, en la venta de 16-20 fundas la mayor preferencia fue de 500 gramos con el 30% al igual que en la presentación de 21 a 25 fundas la mayoría menciona que las presentaciones de 400 gramos, también se pudo conocer que existe variedad a la hora de comprar la harina de banano en porcentajes significativos.

## 5. ¿Cuál es la marca de harina de banano que tiene mayor aceptación entre sus clientes?

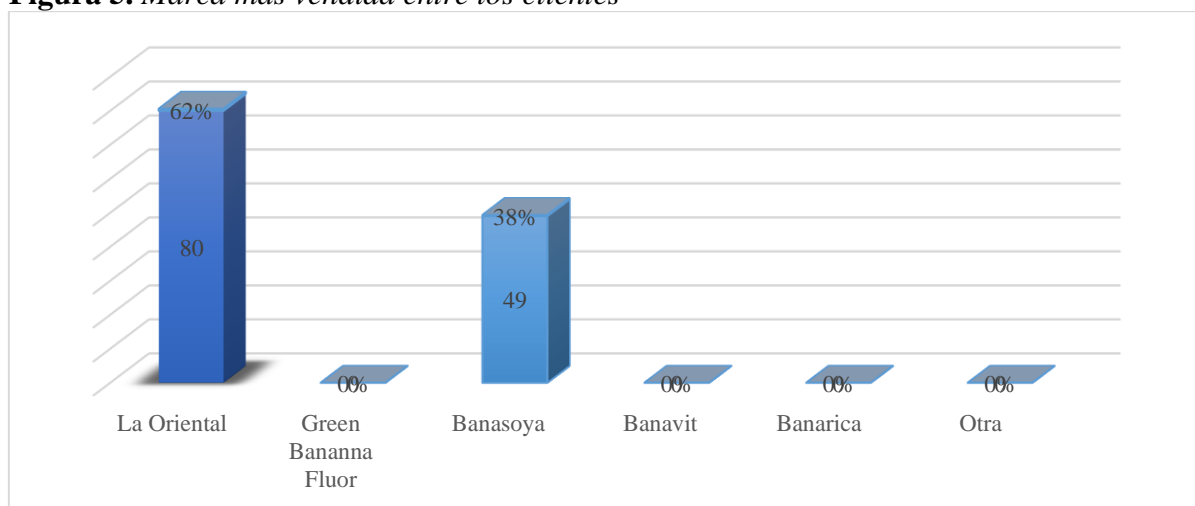
**Tabla 8.** Marca más vendida entre los clientes

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
La Oriental	80	62
Green Bananna Fluor	0	0
Banasoya	49	38
Banavit	0	0
Banarica	0	0
Otra	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 5.** Marca más vendida entre los clientes



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Los resultados evidenciaron que el 62% de los propietarios de las tiendas y comisariatos del cantón La Maná, respondió que los clientes prefirieron la marca La Oriental y el 38% restante manifestó que la marca Banasoya. Los resultados anteriores reflejaron que la marca de harina de plátano La Oriental tuvo un alto grado de aceptación entre la población del cantón La Maná, esto podría ser por la presentación y sabor del producto, además de un alto uso de publicidad en varios medios de comunicación, logrando con ello captar un mercado más amplio no solo a nivel cantonal, sino a nivel nacional como una marca muy reconocida.

## Precio

### 6. ¿Cuál es el precio promedio de venta al público de una funda de harina de banano de 250 kg?

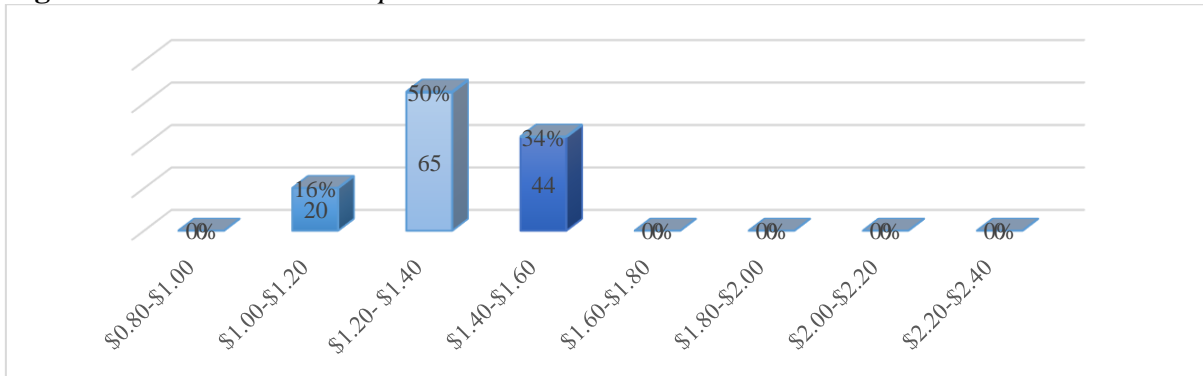
**Tabla 9.** Precio de venta al público

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
\$0.80-\$1.00	0	0
\$1.00-\$1.20	20	16
\$1.20- \$1.40	65	50
\$1.40-\$1.60	44	34
\$1.60-\$1.80	0	0
\$1.80-\$2.00	0	0
\$2.00-\$2.20	0	0
\$2.20-\$2.40	0	0
<b>Total:</b>	129	100

Fuente: Propietarios de los comisariatos y tiendas.

Elaborado por: Flores Cedeño George Francisco

**Figura 6.** Precio de venta al público



Fuente: Propietarios de los comisariatos y tiendas.

Elaborado por: Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Acorde a los datos proporcionados por los propietarios con respecto al precio de la harina de banano en la presentación de 200 g. el 50% vende entre \$1,20-\$1,40, el 34% vende entre \$1,40-\$1,60 y el 16% menciona que vendió entre \$1,00-\$1,20, en base a los datos se pudo conocer que el porcentaje mayoritario vendió entre \$1,20-\$1,40, los rangos de precios pueden variar en función del lugar y el empaque utilizado, el estudio del precio es relevante al momento de desarrollar un plan de negocios con el propósito de mantenerse actualizado en relación a las marcas de productos similares.

## 7. ¿La venta de la harina de banano le permite obtener un promedio de ganancia de?

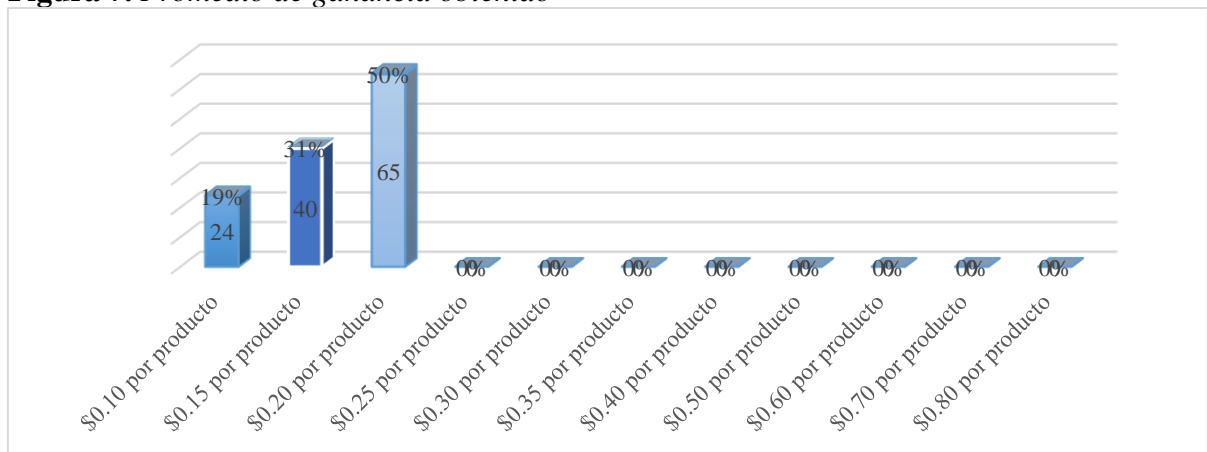
**Tabla 10.** Promedio de ganancia obtenido

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
\$0.10 por producto	24	19
\$0.15 por producto	40	31
\$0.20 por producto	65	50
\$0.25 por producto	0	0
\$0.30 por producto	0	0
\$0.35 por producto	0	0
\$0.40 por producto	0	0
\$0.50 por producto	0	0
\$0.60 por producto	0	0
\$0.70 por producto	0	0
\$0.80 por producto	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 7.** Promedio de ganancia obtenido



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Con respecto al promedio de ganancia en la venta de harina de banano el 50% de los propietarios menciono que su rango de ganancias se situó en \$ 0.20 ctvs. El 31% \$0,15 por producto y el 19% \$0.10 por cada funda comercializada de este producto la mayoría de los propietarios de las tiendas y comisariatos obtuvo una ganancia aproximada de \$0.20 ctvs. por funda, estos márgenes de ganancia se podían ver reducidos porque las tiendas adquiriendo los productos, mediante intermediarios lo cual reduce el margen de ganancias por fundas.

## Proveedores

### 8. ¿Con qué frecuencia realiza los pedidos de la harina de banano a sus proveedores?

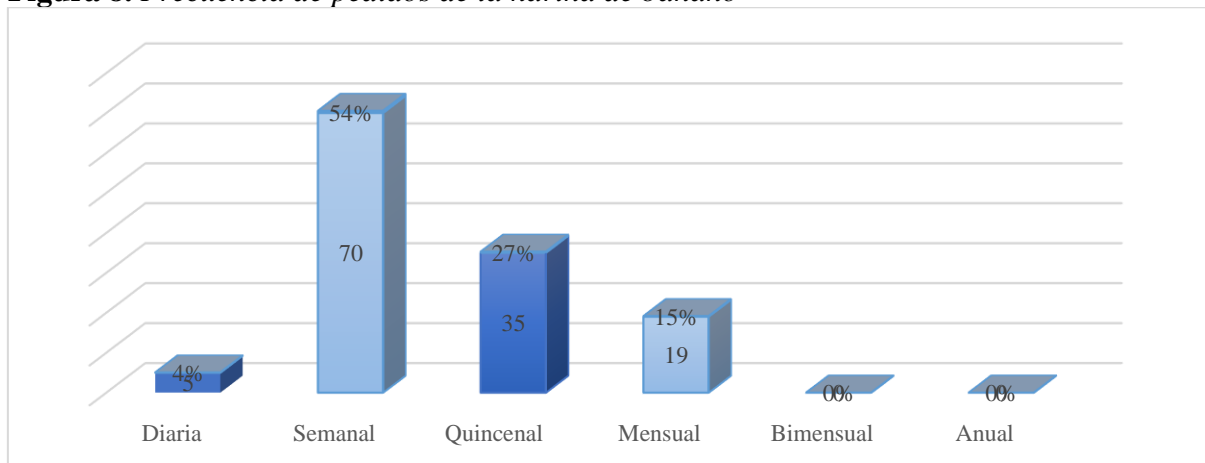
**Tabla 11.** Frecuencia de pedidos de la harina de banano

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo	%
Diaria	5	4	
Semanal	70	54	
Quincenal	35	27	
Mensual	19	15	
Bimensual	0	0	
Anual	0	0	
Total:	129	100	

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 8.** Frecuencia de pedidos de la harina de banano



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

En referencia a la frecuencia que desarrollan los pedidos de la harina de banano a sus proveedores el 54% de los propietarios respondió que, de forma semanal, el 27% menciona quincenal y el 4% de los propietarios enfatizó que de forma diaria. Al analizar los resultados obtenidos la mayoría de los propietarios se abastece de la harina de banano cada semana para disponer del producto para sus clientes, esto sin duda también es con el propósito de mantener un producto fresco y abastecerse acorde al nivel de demanda de los consumidores y no tener pérdidas por exceso de inventario.

### 9. ¿Sus actuales proveedores de harina de banano le abastecen de producto en cantidad y tiempo adecuados?

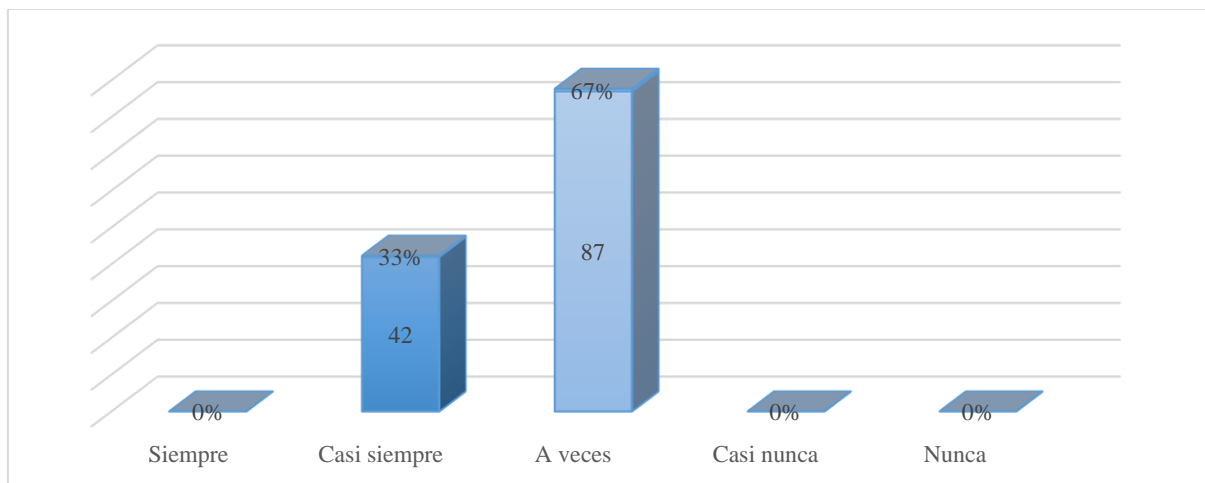
**Tabla 12.** Percepción de los propietarios sobre el abastecimiento

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Siempre	0	0
Casi siempre	42	33
A veces	87	67
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 9.** Percepción de los propietarios sobre el abastecimiento



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

Al preguntar sobre sus actuales proveedores de harina de banano le abastecen de producto en cantidad y tiempo adecuados el 67% de los propietarios respondió que a veces, el 33% casi siempre; los datos reflejaron que un alto porcentaje de propietarios no estuvo satisfecho en cuanto a los tiempos para la entrega de sus pedidos de harina de banano para sus tiendas o comisariatos, los datos proporcionaron una oportunidad de mercado al cumplir con el factor del tiempo de entrega con prontitud y un producto de calidad que emplea materia prima local.

## 10. ¿De qué forma realiza los pagos a sus proveedores por la harina de banano?

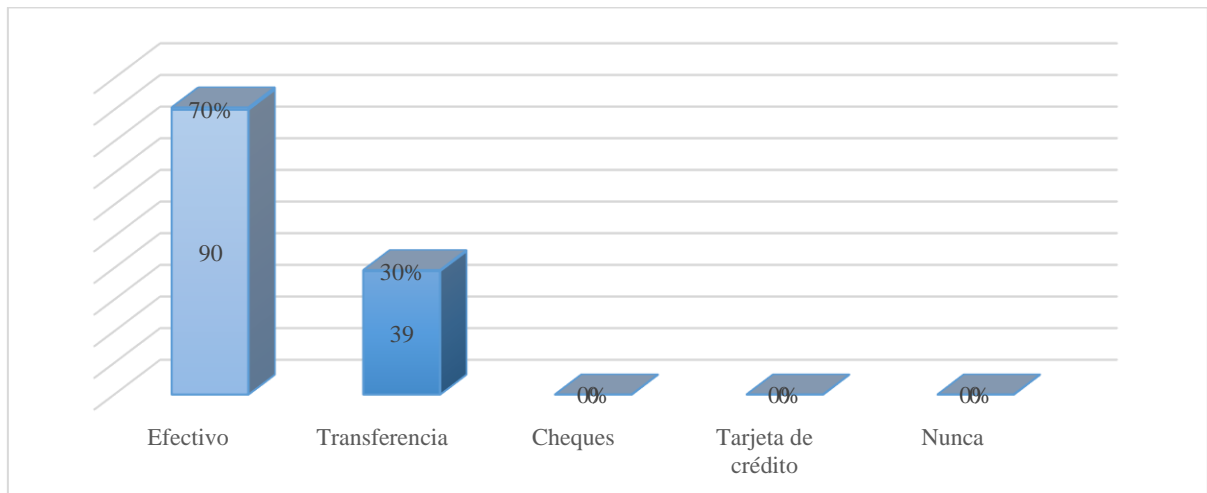
**Tabla 13.** Forma de pago para abastecerse

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Efectivo	90	70
Transferencia	39	30
Cheques	0	0
Tarjeta de crédito	0	0
Nunca	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 10.** Forma de pago para abastecerse



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Con respecto a la forma de pago a los proveedores el 70% de los propietarios respondió que realizar empleando el pago en efectivo y el 30% residual expreso que pago a través de transferencias sus compras de harina de banano. Al examinar los resultados se pudo apreciar que la forma de pago más apreciada fue en efectivo. El ofrecer una diversidad de opciones de pagos a los potenciales compradores es un aspecto importante para mantener la satisfacción del cliente, así como conocer las preferencias de los mismos para cumplir sus expectativas y establecer mecanismos idóneos para los potenciales clientes.

## Promoción

### 11. ¿Ofrece promociones a sus clientes para incentivar la venta de harina de banano?

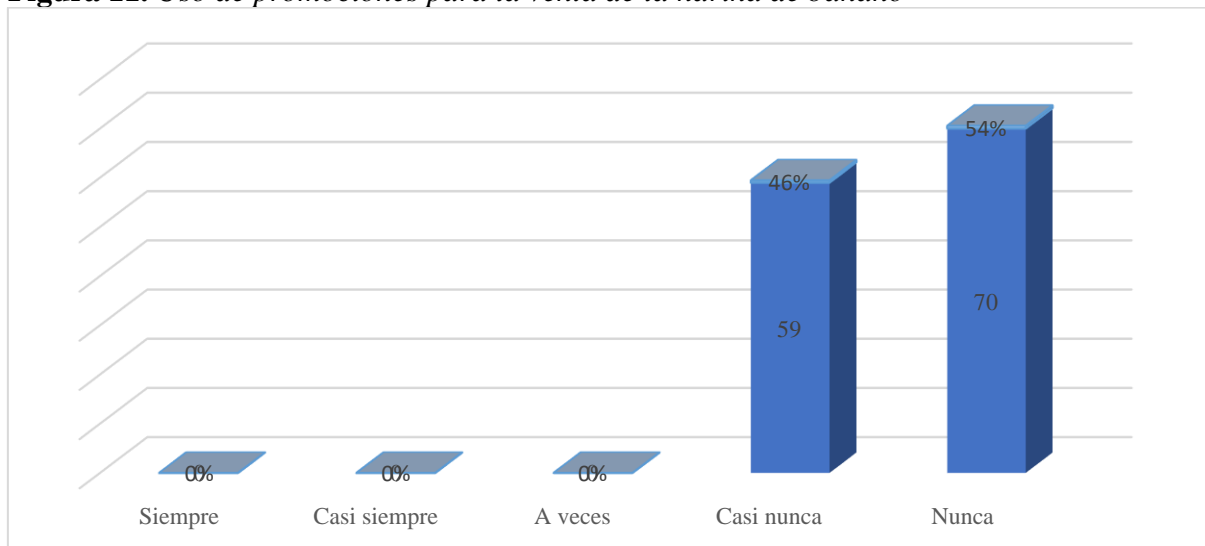
**Tabla 14.** *Uso de promociones para la venta de la harina de banano*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Siempre	0	0
Casi siempre	0	0
A veces	0	0
Casi nunca	59	46
Nunca	70	54
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 11.** *Uso de promociones para la venta de la harina de banano*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Interpretando los datos obtenidos en esta pregunta se apreció que el 54% de los propietarios no ofrece promociones a sus clientes y el 46% de los propietarios expreso que casi nunca. Los resultados fueron muy convincentes al descubrir que el uso de las promociones sobre la harina de banano entre las tiendas y comisariato del cantón La Maná es casi nulo en la mayoría, por ello dentro del marketing mix se debe contemplar el diseño de estrategias publicitarias llamativas que permitan incrementar el consumo de la harina de banano.

## 12. ¿Qué medio utiliza para promocionar los productos que tiene en su negocio, incluida la harina de banano?

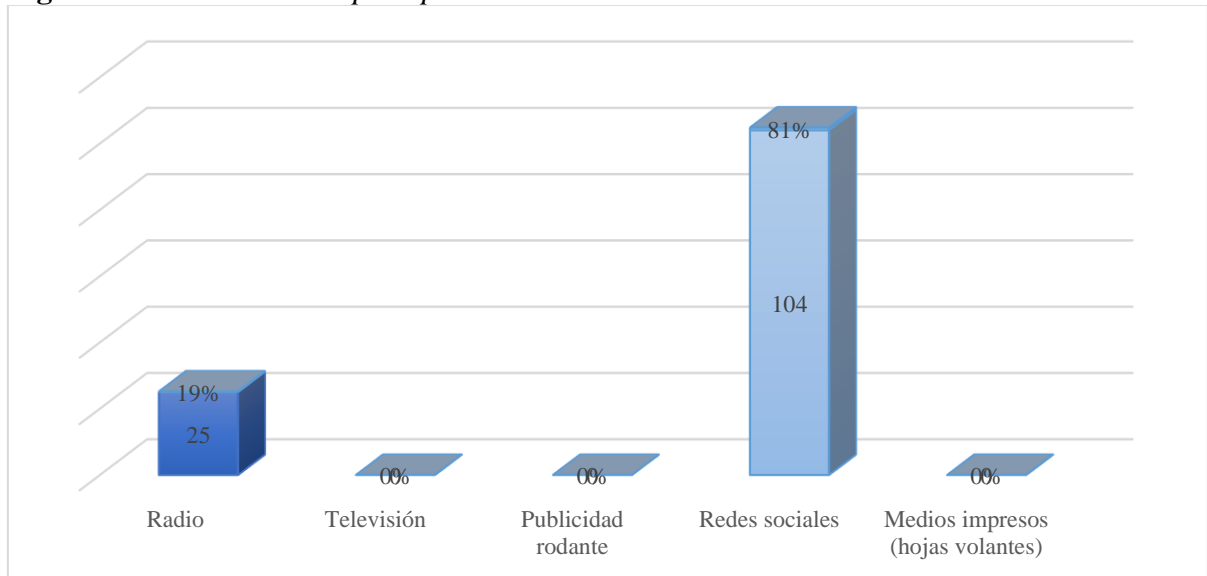
**Tabla 15.** Medio utilidad para promocionar la harina de banano

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Radio	25	19
Televisión	0	0
Publicidad rodante	0	0
Redes sociales	104	81
Medios impresos (hojas volantes)	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 12.** Medio utilidad para promocionar la harina de banano



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Al indagar sobre el medio utilizado para promocionar los productos que tiene en su negocio, incluida la harina de banano el 81% optó por las redes sociales para promocionar sus productos y el 19% lo realizó a través de la radio. Se pudo denotar que es poco variado el uso de medio para promocionar los productos de los comisariatos tiendas, siendo la más empleada las redes sociales, es decir existió deficiencias en el aspecto promocional. Los datos anteriores apertura la necesidad de crear una microempresa con un plan promocional amplio que favorezca la captación de nuevos segmentos de clientes, obteniendo mayores ingresos.

### 13. ¿Consideraría importante la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de harina de banano en el cantón La Maná?

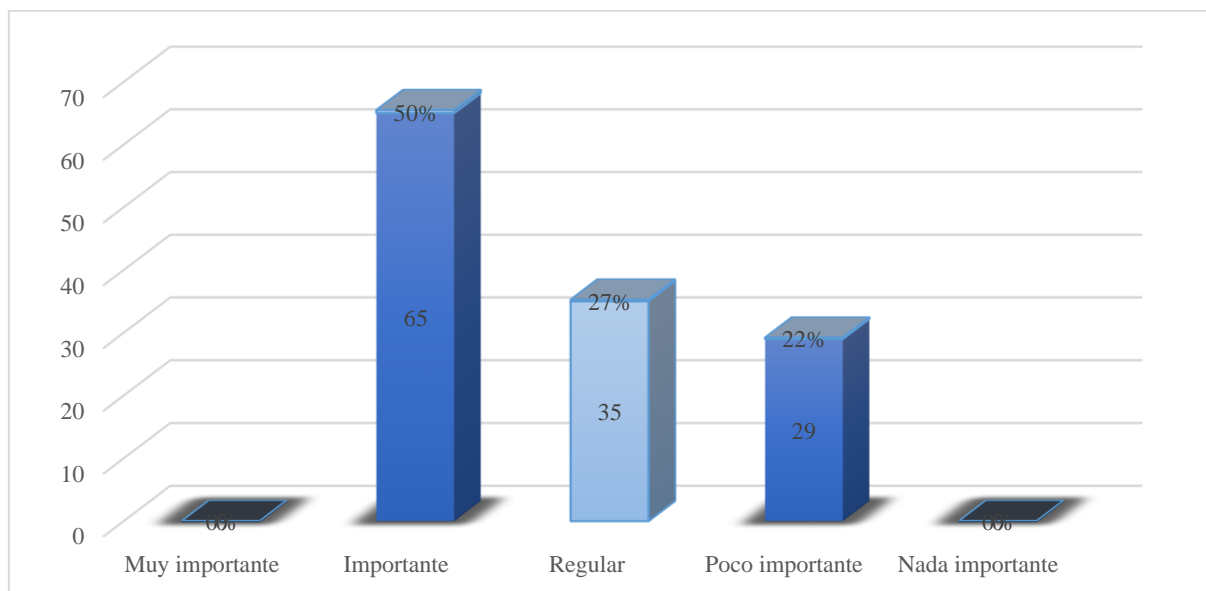
**Tabla 16.** *Importancia de la creación de una microempresa de harina de banano*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor relativo %
Muy importante	0	0
Importante	65	50
Regular	35	27
Poco importante	29	22
Nada importante	0	0
<b>Total:</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 13.** *Importancia de la creación de una microempresa de harina de banano*



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

El 50% de los propietarios respondió importante, el 27% regular y el 22% poco importante sobre la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de harina de banano en el cantón La Maná, la mayoría de los propietarios resalto la necesidad de crear este tipo de microempresa, de esta manera podría recibir el producto de mejor calidad y fresca, precios más cómodos porque se reduce drásticamente los gastos de transportes y logística de comercialización y con ello se mejora los índices de rentabilidad.

### 11.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a la población del cantón La Maná.

#### 1. Género de la población encuestada

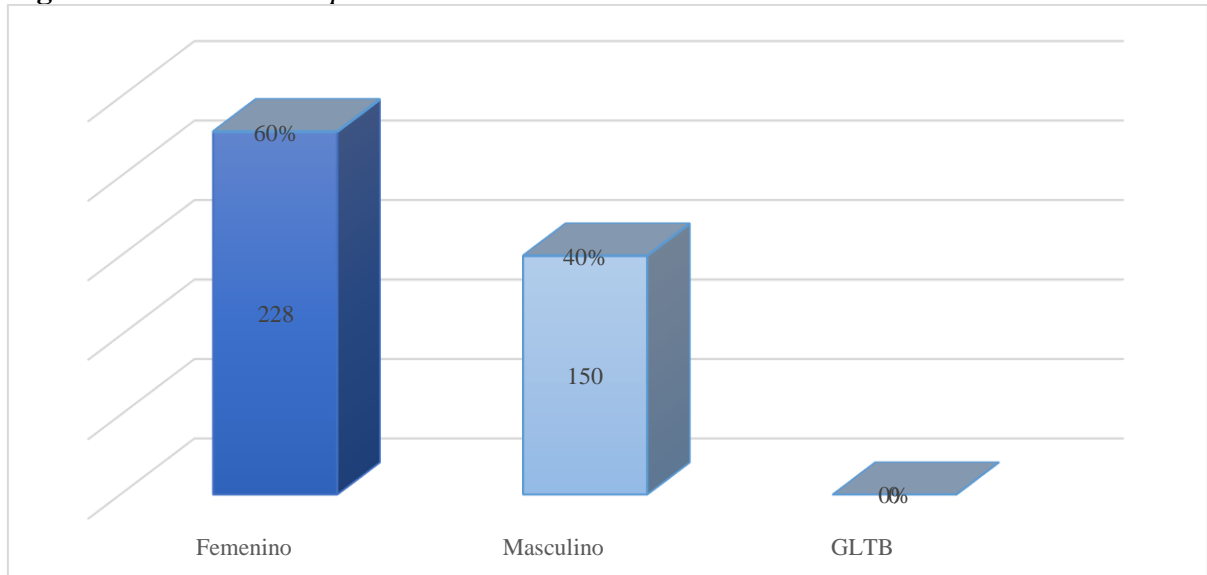
**Tabla 17.** *Género de la población encuestada*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Femenino	228	60
Masculino	150	40
GLTB	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 14.** *Género de la población encuestada*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

#### Interpretación y análisis:

El 60% de los encuestados fue de género femenino y el 40% estuvo constituido por personas de género masculino. Los resultados anteriores evidenciaron que en su mayoría los encuestados fueron de género femenino; estos resultados generalmente pudieron darse porque en su mayoría las amas de casa acuden a las tiendas y comisariatos para realizar las compras de productos alimentos para para el hogar, por lo cual las estrategias de comercialización deben estar dirigidos a este segmento de clientes con el propósito de llamar la atención y dar a conocer las bondades de la harina de banano.

## 2. Edad de la población encuestada

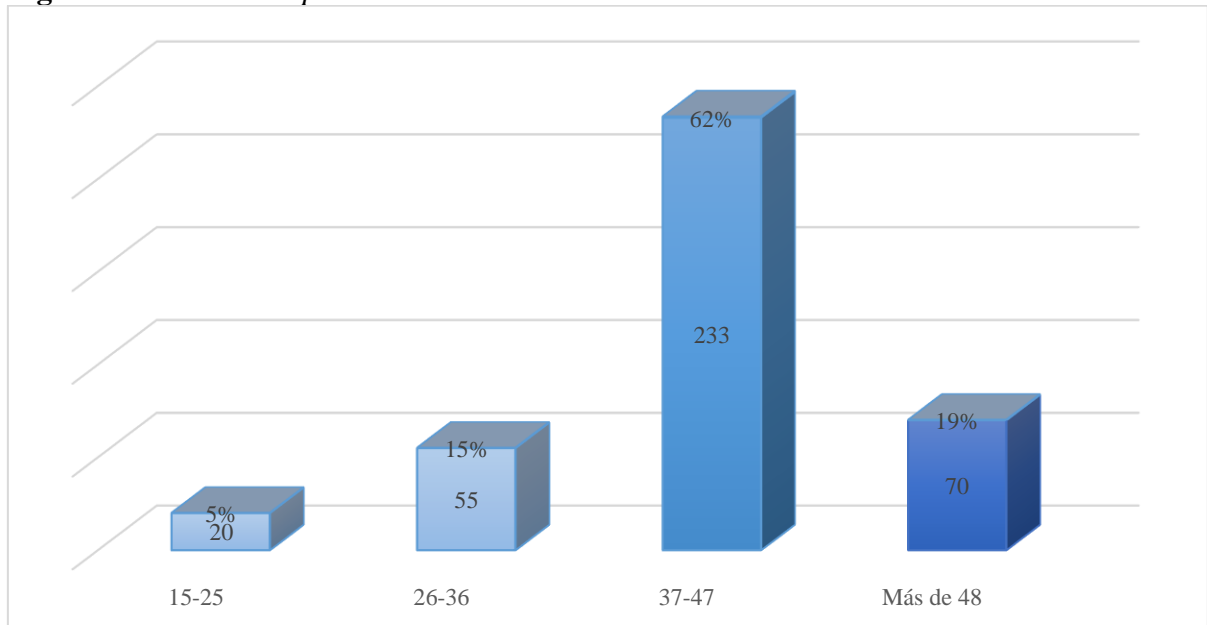
**Tabla 18.** *Edad de la población encuestada*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
15-25	20	5
26-36	55	15
37-47	233	62
Más de 48	70	19
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 15.** *Edad de la población encuestada*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Los datos obtenidos evidenciaron que el 62% de los encuestados estuvieron en un rango de edad de 37 a 47 años, el 19% se situó en un rango más de 48 años, el 15% respondió que tuvo entre 26 a 36 años de edad y el 5% restante entre 15 a 25 años. La mayoría de los encuestados estuvo en un rango de edad de 37 a 47 años. Conocer las edades de los potenciales clientes es relevante para poder establecer estrategias de comercialización más atractivas según la edad y el género, lo cual puede mejorar la efectividad del análisis del mercado.

### 3. ¿Con qué frecuencia acostumbra comprar harina de banano?

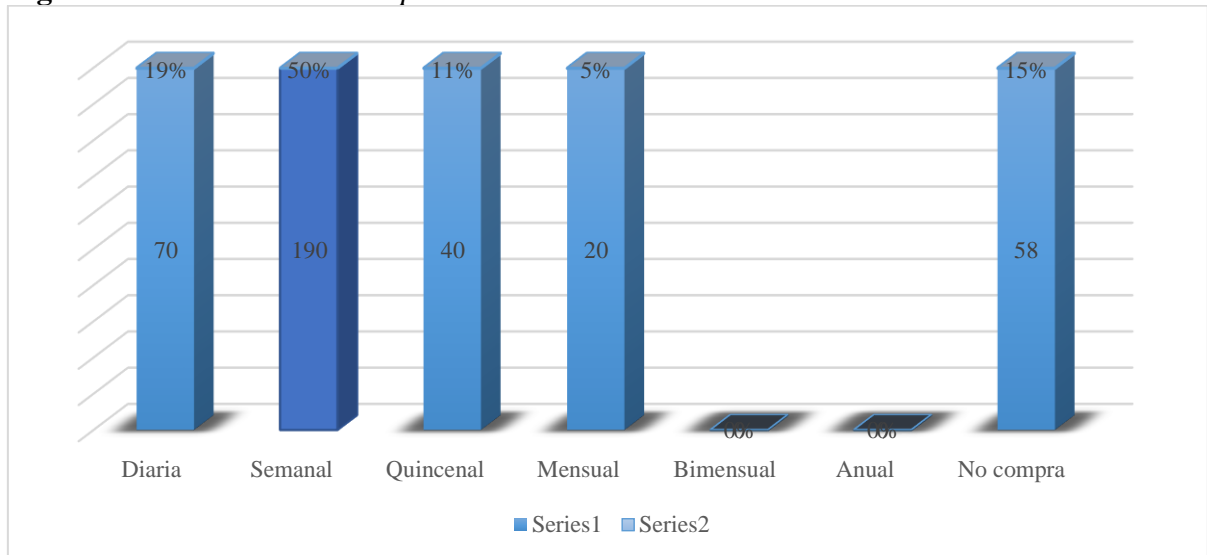
**Tabla 19.** Frecuencia de compra de la harina

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Diaria	70	19
Semanal	190	50
Quincenal	40	11
Mensual	20	5
Bimensual	0	0
Anual	0	0
No compra	58	15
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 16.** Frecuencia de compra de la harina



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

Al preguntar acerca de la frecuencia acostumbra comprar harina de banano el 50% de los encuestados lo realizó de forma semanal, el 19% cada día, el 15% no compra este producto, el 11% cada quincena y el 5% cada mes. Los datos anteriores dejaron en evidencia que la mayoría de las familias del cantón La Maná adquirió este producto de forma semanal, estos datos se dieron porque la mayoría de la población se abastece de víveres de forma semanal, este dato es relevante para la determinación de la demanda del producto, pudiendo en lo posterior cuantificar la demanda insatisfecha.

#### 4. ¿En qué presentación utiliza con más frecuencia la harina de banano?

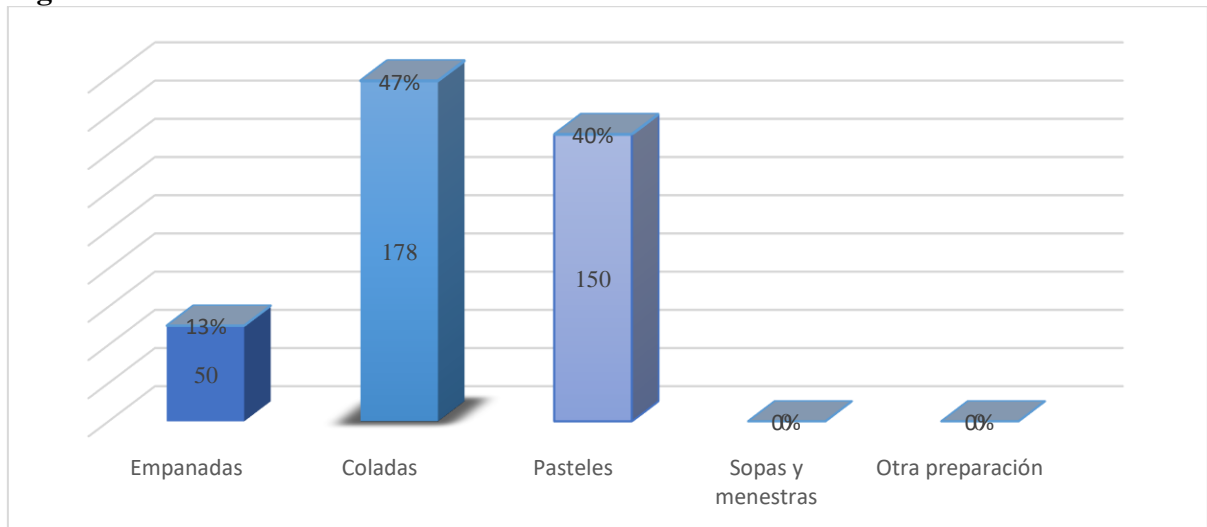
**Tabla 20.** *Uso de la harina*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Empanadas	50	13
Coladas	178	47
Pasteles	150	40
Sopas y menestras	0	0
Otra preparación	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 17.** *Uso de la harina*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

#### **Interpretación y análisis:**

Al observar los resultados se pudo apreciar que 47% de los encuestados menciono que empleó este producto para preparar coladas, el 40% para realizar pasteles y el 13% elaboradas empanadas de harina de banana. A pesar de que la harina de banano tiene múltiples usos a la hora de preparar alimentos, la mayoría de familias aun la consumen en la tradicional colada que son consumidas desde bebés hasta adultos y es reconocida como un producto que aporte grandes beneficios nutricionales y sobre toso su costo es accesible a varios estratos sociales.

**5. ¿Señale la cantidad y presentación de harina de banano que acostumbra a comprar cada mes para su hogar?**

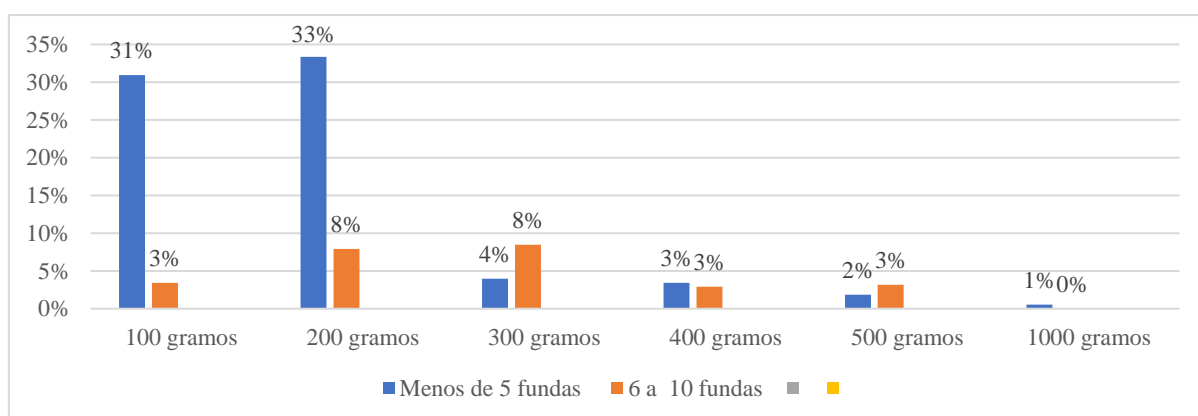
**Tabla 21.** *Compra mensual de harina de banano*

<b>Presentación</b>	<b>Menos de 5 fundas</b>	<b>6 a 10 fundas</b>
100 gramos	31%	3%
200 gramos	33%	8%
300 gramos	4%	8%
400 gramos	3%	3%
500 gramos	2%	3%
1000 gramos	1%	0%

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 18.** *Compra mensual de harina de banano*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Interpretación y análisis:**

Al preguntar por la cantidad en gramos de harina de banano en la presentación de 100 gramos el 31% adquirió menos de 5 fundas, en la presentación de 200 gramos el 33% mencionó adquirir menos de 5 fundas; en cuanto a la presentación de 300 gramos la mayoría de las familias respondió adquirir en su mayoría menos de 5 fundas; en la presentación de 400 gramos el 3% adquirió menos de 6-10 fundas mensuales, en la presentación de 500 gramos de 6-10 fundas y finalmente en las fundas de 1000 gramos la mayoría adquirió menos de 5 fundas, es decir la mayoría de las familias adquieren un promedio de menor de 5 fundas mensuales en las diversas presentación de harina de banano.

## 6. ¿Qué precio generalmente paga por la harina de banano en la presentación de 250 gramos?

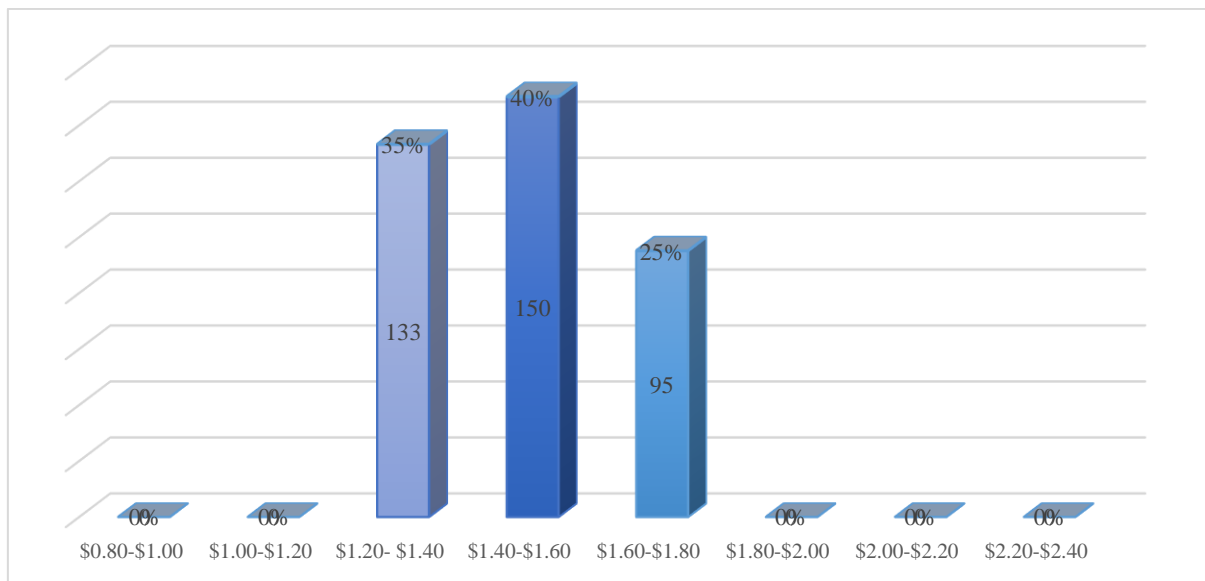
**Tabla 22.** Precio de la harina de banano

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
\$0.80-\$1.00	0	0
\$1.00-\$1.20	0	0
\$1.20-\$1.40	133	35
\$1.40-\$1.60	150	40
\$1.60-\$1.80	95	25
\$1.80-\$2.00	0	0
\$2.00-\$2.20	0	0
\$2.20-\$2.40	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 19.** Precio de la harina de banano



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Al indagar sobre el precio que generalmente paga por la harina de banano en la presentación de 250 gramos el 40% mencionó que pagó entre \$1.40-\$1.60, el 35% entre \$1.20-\$1.40, el 25% entre \$1.60-\$1.80. En base a los resultados anteriores se pudo conocer que la mayoría de las familias encuestadas pago entre \$1.40-\$1.60 por funda de 250 gramos de harina de banano. El estudio del precio es un elemento fundamental del estudio de mercado porque aporta las bases para la fijación del precio de venta al consumidor en el plan de negocios.

## 7. ¿Considera que el nivel de precio de harina de banano en el cantón La Maná?

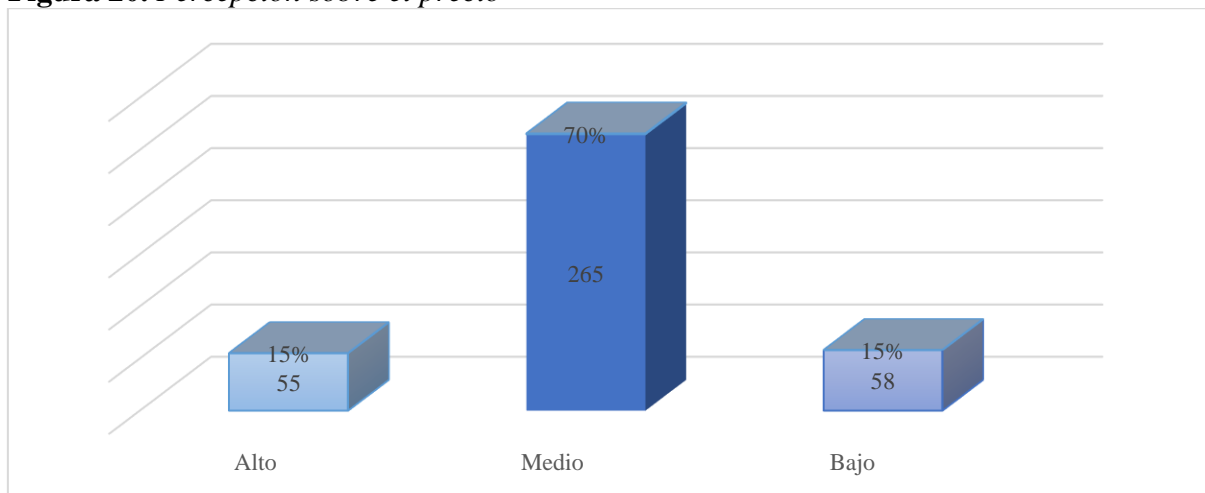
**Tabla 23.** *Percepción sobre el precio*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Alto	55	15
Medio	265	70
Bajo	58	15
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 20.** *Percepción sobre el precio*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Los datos reflejaron que el 70% de las familias consideraron que el nivel de precio de harina de banano en el cantón La Maná fue medio, el 15% respondió un nivel alto y el 15% enfatizó que un nivel bajo. Al analizar los resultados obtenidos se pudo conocer que la mayoría de las familias tuvo una percepción de un nivel medio, es decir no hubo total satisfacción en relación al producto. Al apreciar los resultados se podría mejorar la satisfacción de los potenciales clientes mediante varias presentaciones a precios más cómodos porque se cuenta con el acceso a materia prima de manera local y a un menor costo que las otras empresas de marcas más reconocidas, siendo una ventaja competitiva para la presente propuesta.

## 8. ¿En qué lugares acostumbra comprar este producto?

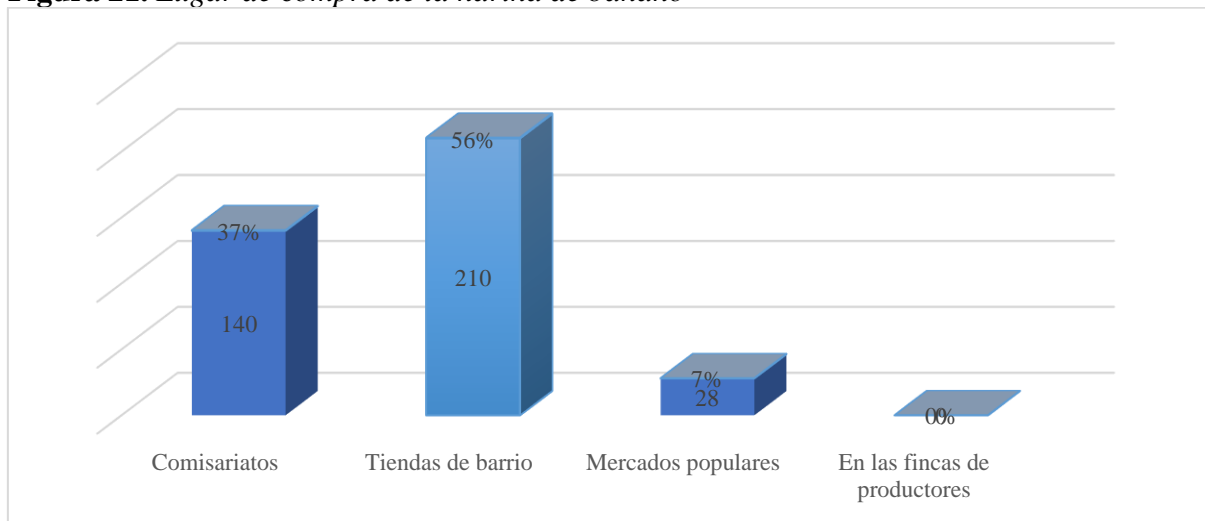
**Tabla 24.** Lugar de compra de la harina de banano

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Comisariatos	140	37
Tiendas de barrio	210	56
Mercados populares	28	7
En las fincas de productores	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 21.** Lugar de compra de la harina de banano



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Los resultados obtenidos permitieron conocer que el 56% de las familias encuestadas acostumbra comprar la harina de banano en las tiendas de barrio, el 37% lo adquiere en los comisariatos y el 7% de las familias restantes en los mercados populares. Acorde a los resultados anteriores se pudo conocer que la mayoría de las familias optaron por comprar este producto en las tiendas de barrio, es decir aún prevalece la costumbre de efectuar compras en los negocios pequeños, especialmente si son compras de última hora y entre semana.

**10. ¿Considera que la harina de banano que actualmente compra satisface sus expectativas de consumo?**

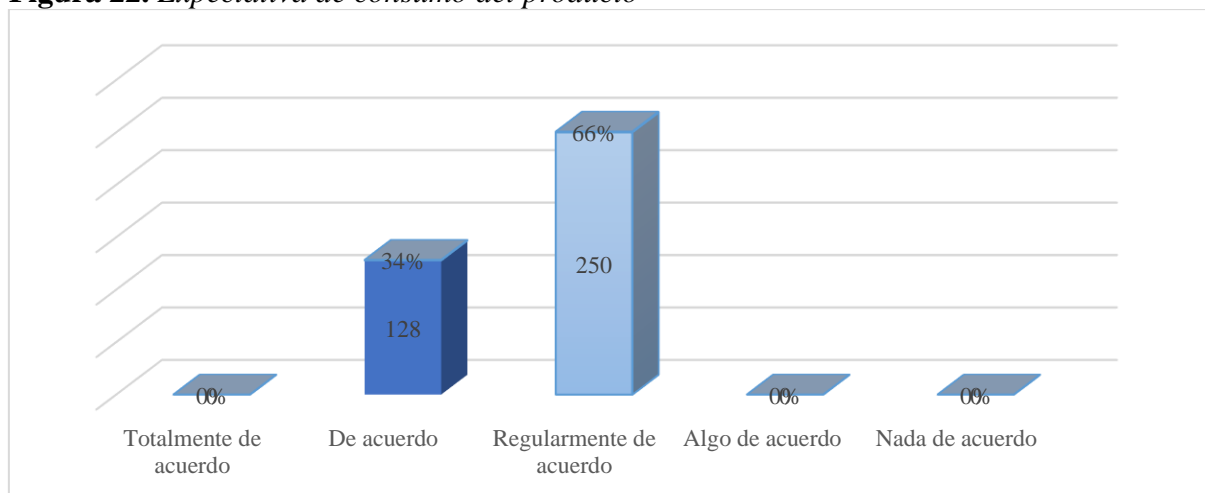
**Tabla 25.** *Expectativa de consumo del producto*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	128	34
Regularmente de acuerdo	250	66
Algo de acuerdo	0	0
Nada de acuerdo	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 22.** *Expectativa de consumo del producto*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Interpretación y análisis:**

Al preguntar si consideran que la harina de banano que actualmente compra satisface sus expectativas de consumo el 66% respondió que regularmente de acuerdo, el 34% respondió estar de acuerdo. En referencia a estos datos se pudo apreciar que la mayoría de las familias no se encuentra satisfecha en cuanto a la calidad del producto, estos resultados son favorecedores porque al ingresar al mercado con un producto que cumpla las expectativas de los clientes tendrían una gran acogida al ofrecer un producto más fresco y a precios más cómodos y accesibles para las familias del cantón La Maná.

## 11. ¿Cuál es el envase de su preferencia a la hora de comprar harina de banano?

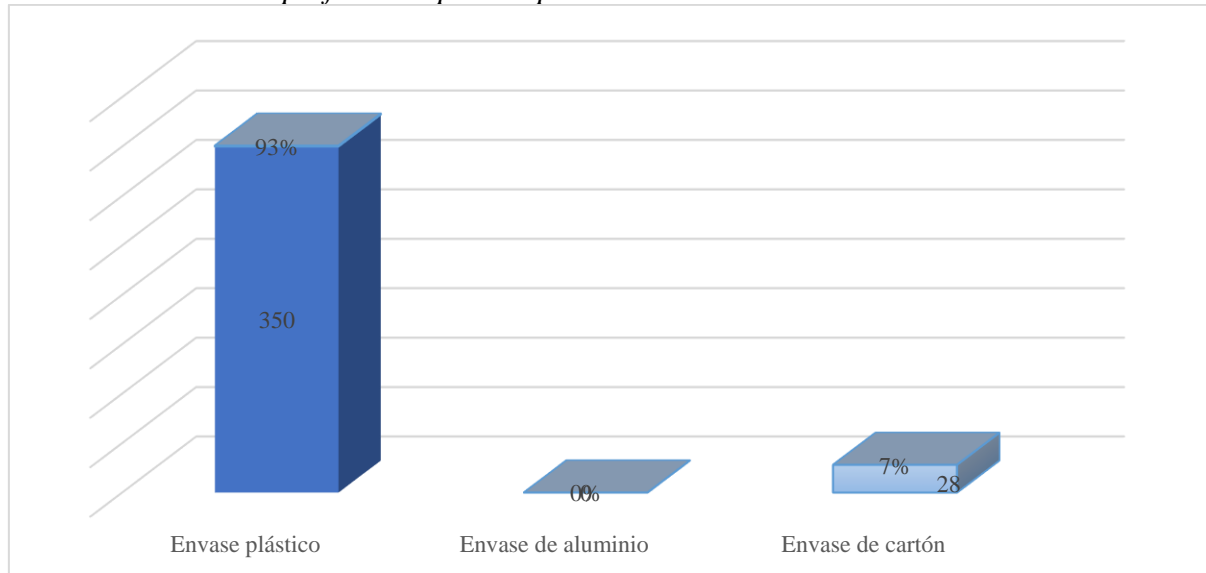
**Tabla 26.** *Envase de preferencia para el producto*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Envase plástico	350	93
Envase de aluminio	0	0
Envase de cartón	28	7
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Tabla 27.** *Envase de preferencia para el producto*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Los datos expuestos permitieron conocer la percepción de las familias sobre la preferencia de los envases a la hora de comprar harina de banano el 93% lo prefirió en envases plásticos y el 7% restantes en envases de cartón. Los datos anteriores reflejaron que la mayoría de los potenciales clientes para la presente propuesta optó por los envases de plástico. A pesar de la existencia de varios tipos de envases, aún persiste la preferencia del envase plástico, este tipo de preferencia se tomó en cuenta a la hora de desarrollar el plan de negocio.

## 12. ¿De las siguientes marcas de harina de banano cuál acostumbra comprar?

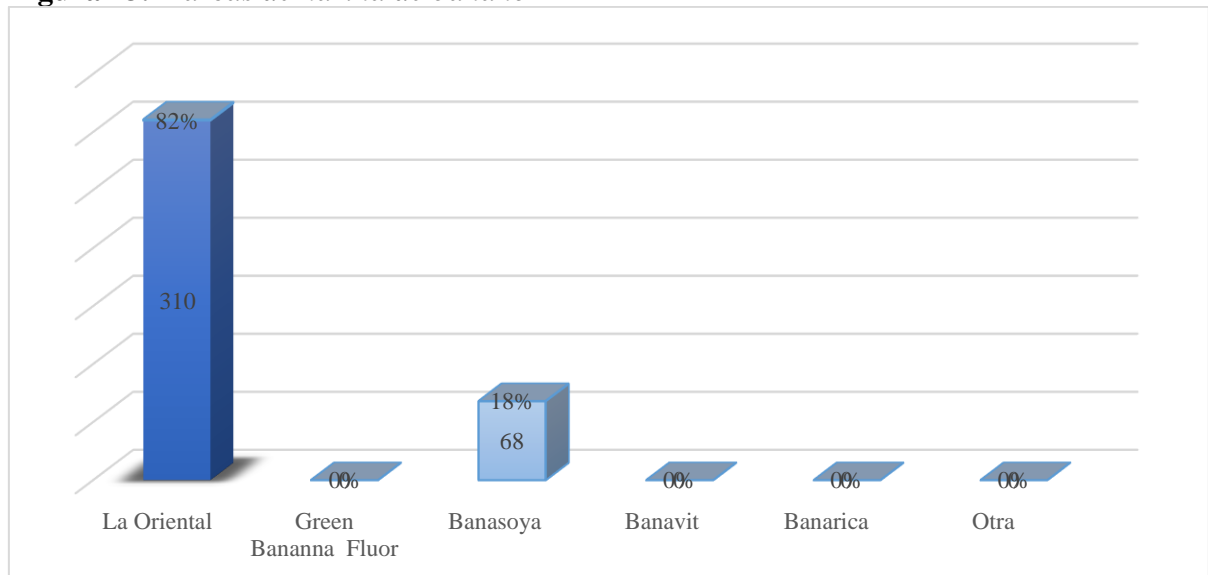
**Tabla 28.** *Marcas de harina de banano*

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
La Oriental	310	82
Green Bananna Fluor	0	0
Banasoya	68	18
Banavit	0	0
Banarica	0	0
Otra	0	0
Total:	378	100

**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

**Figura 23.** *Marcas de harina de banano*



**Fuente:** *Propietarios de los comisariatos y tiendas.*

**Elaborado por:** *Flores Cedeño George Francisco*

### Interpretación y análisis:

Los resultados sobre la interrogante con respecto a las marcas de harina de banano a la hora de comprar el 82% menciona que prefiere la marca La Oriental y el 18% respondió que compro en la marca Banasoya. Los datos anteriores reflejaron que la mayoría de las familias tuvieron preferencia por la marca La Oriental, estos niveles de preferencias podría suscitarse por los años de la marca y el nivel de publicidad en el resto de productos, factores que los han posicionado entre la preferencia de las familias como un producto de calidad para preparar diversos platillos en base a este producto.

## 12. ¿En qué presentación de contenido prefiere comprar harina de banano?

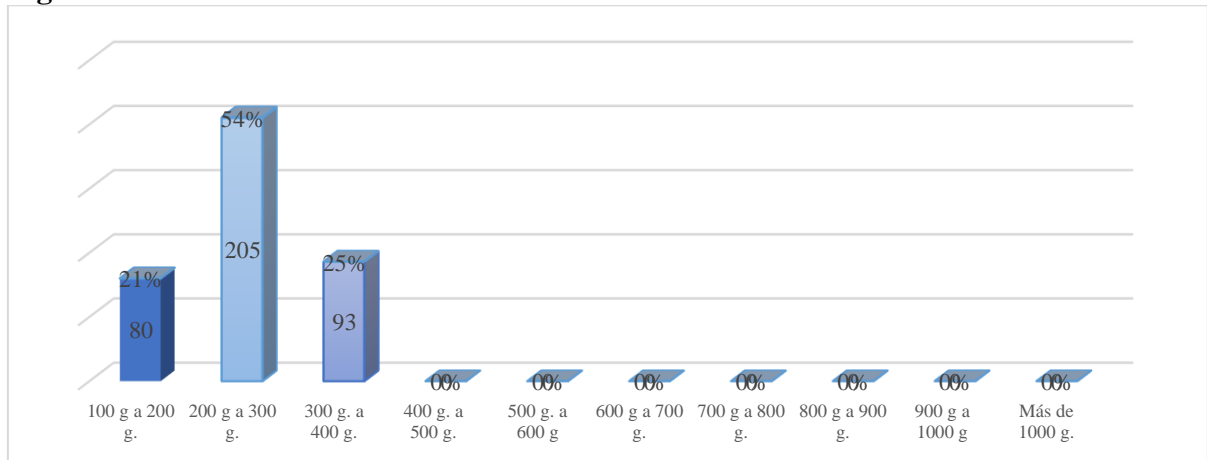
**Tabla 29.** Presentación de contenido de la harina de banano

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
100 g a 200 g.	80	21
200 g a 300 g.	205	54
300 g. a 400 g.	93	25
400 g. a 500 g.	0	0
500 g. a 600 g.	0	0
600 g a 700 g.	0	0
700 g a 800 g.	0	0
800 g a 900 g.	0	0
900 g a 1000 g.	0	0
Más de 1000 g.	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 24.** Presentación de contenido de la harina de banano



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

### Interpretación y análisis:

Los resultados sobre la preferencia de la presentación de contenido prefieren comprar harina de banano el 54% optó la presentación de 200 a 300 g. el 25% mostro su predilección por la presentación de 300-400 g. y el 21% la presentación de 100 a 200 g. El análisis de los datos anteriores puso en evidencia que la mayoría opto por la presentación de 200-300g. este aspecto constituyó un dato clave para el estudio de mercado y estudio técnico de la presente propuesta.

### 13. ¿Qué promoción le gustaría recibir en la compra de la harina de banano?

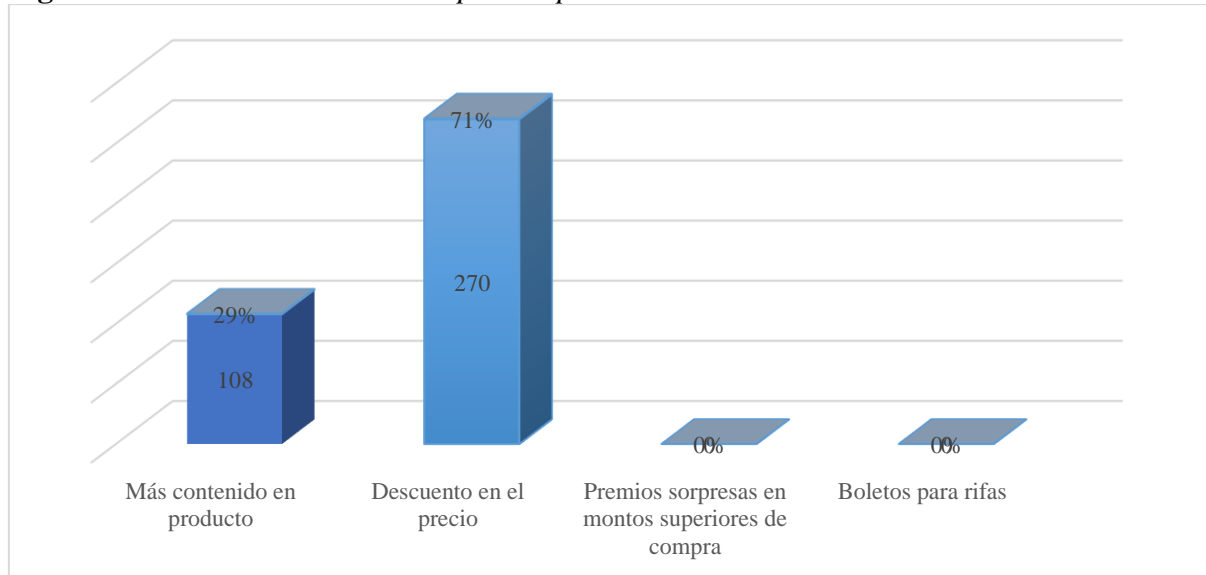
**Tabla 30.** Promociones en la compra del producto

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Más contenido en producto	108	21
Descuento en el precio	270	54
Premios sorpresas en montos superiores de compra	0	25
Boletos para rifas	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 25.** Promociones en la compra del producto



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

Al preguntar sobre la promoción le gustaría recibir en la compra de la harina de banano el 71% respondieron su predilección por el descuento en precios y el 29% manifestaron más contenido de producto por cada funda adquirida. Los resultados de esta preguntan aportaron de manera significativa para optar por mecanismos promocionales enfocados en descuento en precios, puesto que la mayoría prefieren este tipo de promoción.

#### 14. ¿Cuál es el factor que considera más importante en la compra de harina de banano?

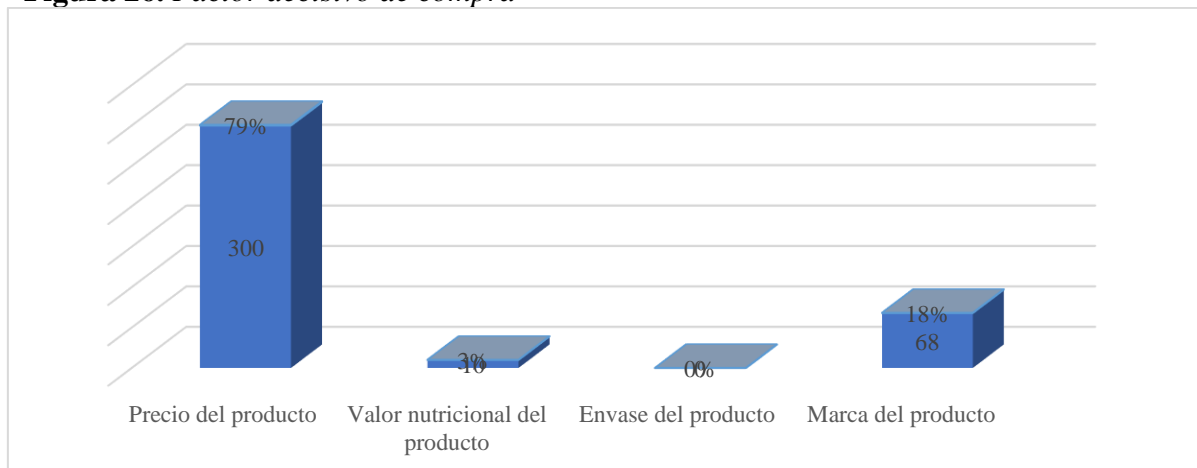
**Tabla 31.** Factor decisivo de compra

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Precio del producto	300	79
Valor nutricional del producto	10	3
Envase del producto	0	0
Marca del producto	68	18
Otro	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisaratos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 26.** Factor decisivo de compra



**Fuente:** Propietarios de los comisaratos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

Al preguntar sobre el factor que considera más importante en la compra de harina de banano el 79% respondió que el precio del producto, el 18% la marca del producto y el 3% restante manifestó que el valor nutricional. Los datos expuestos revelaron que la mayoría considera el precio como un factor muy importante a la hora de adquirir la harina de banano y por lo tanto en el desarrollo de la presente investigación se contempló este factor con el propósito de captar un mejor segmento de mercado.

### 15. ¿A través de qué medio preferiría recibir su publicidad sobre un nuevo producto?

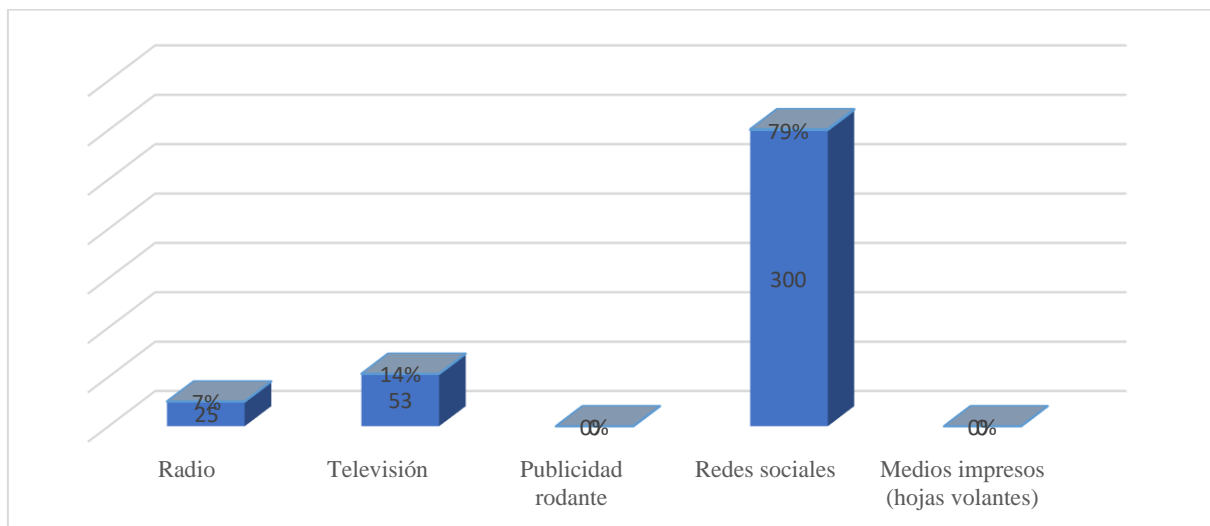
**Tabla 32.** Medio de publicidad preferido

Ítems	Valor absoluto	Valor relativo %
Radio	25	7
Televisión	53	14
Publicidad rodante	0	0
Redes sociales	300	79
Medios impresos (hojas volantes)	0	0
<b>Total:</b>	<b>378</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

**Figura 27.** Medio de publicidad preferido



**Fuente:** Propietarios de los comisariatos y tiendas.

**Elaborado por:** Flores Cedeño George Francisco

#### Interpretación y análisis:

El 79% de las familias encuestadas respondieron que prefieren recibir publicidad de un producto a través de las redes sociales, el 14% mediante la televisión y el 7% optó por la publicidad mediante la radio. Al momento de desarrollar el plan publicitario y promocional de la propuesta se consideró como aspecto fundamental la publicidad por las redes sociales, porque la mayoría de familias respondió que prefiere este medio para informarse de un producto, en la actualidad el uso de redes es sociales está altamente generalizado en varios estratos de edades y por ello su eficacia al momento de realizar publicidad y promociones.

### **11.2.1. Conclusiones de las encuestas a los propietarios de los comisariatos y la población del cantón La Maná.**

- En base a las encuestas dirigidas a los propietarios de los comisariatos y tiendas del cantón La Maná para conocer la oferta, conformada por una muestra de 129 establecimientos se pudo conocer que el 61% de los propietarios fue de género masculino (gráfico 1), con respecto a la edad la mayoría de los mismos estuvo en un rango de 37 a 47 años (gráfico 2). Al ser indagados sobre la preferencia del peso a la hora de comprar harina de banano el 47% (tabla 3.) mencionó que la presentación de 200 gramos. En referencia a la cantidad vendida de harina de plátano la presentación de 200 gramos fue la más alta en los rangos de 21-25 fundas semanales y 26-30 fundas semanales. (tabla 6). Mientras que la marca de mayor preferencia entre los clientes fue La Oriental (tabla 7.) y el precio promedio de venta al público de una funda de harina de banano de 250 gramos se mantuvo en un valor de \$1.20-1.40) (tabla 8).
- Los resultados de las encuestas dirigidas a las familias del cantón La Maná en relación a la demanda se pudo apreciar que el 50% de las 378 familias mencionó que realiza su compra de harina de banano de manera semanal (tabla 18) y el uso más común de este producto fue en las coladas acorde al 47% de los encuestados (tabla 19), también se pudo conocer que la cantidad promedio consumida por familias al mes fue de 1000 gramos (tabla 20). En relación al precio de la funda de 200 gramos de harina de banano el 40% de encuestados manifestó pagar ente \$1.40-1.60. El lugar favorito para comprar este producto fue las tiendas de barrio, debido a la cercanía de sus hogares. Con respecto al factor más decisivo más importante en la compra de harina de banano fue el precio del producto.

### 11.3. Desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de harina de banano.

#### 11.3.1. Estudio de mercado

##### Objetivo general:

Realizar un estudio de mercado que refleje la demanda insatisfecha de los excedentes de banano (harina) en el cantón La Maná.

##### Objetivos específicos:

- Describir la oferta y demanda actual y proyectada de harina de banano en el cantón La Maná.
- Calcular la demanda insatisfecha de la harina de banano en el cantón La Maná.
- Análisis de la comercialización de la harina de banano en el cantón La Maná.

#### 11.3.1.1. Oferta actual y proyectada de harina de banano en el cantón La Maná.

##### a. Oferta actual de harina de banano en el cantón La Maná.

Los datos de la pregunta 4 de la encuesta dirigida a los propietarios de las tiendas y comisariatos del cantón La Maná, fueron claves para la determinación de la oferta de harina de banano, obteniendo una oferta mensual de 16.614 fundas de harina de banano en las presentaciones de 100,200, 300, 400, 500 y 1000 gramos y una oferta anual de 199.368 fundas para el año 2024 tal como se detalló en la siguiente tabla:

**Tabla 33.** *Oferta actual de harina de banano en el cantón La Maná*

<b>Presentación</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
100 gramos	2.964	35.568
200 gramos	2.214	26.568
300 gramos	3.314	39.768
400 gramos	2.984	35.808
500 gramos	2.964	35.568
1000 gramos	2.174	26.088
<b>Suman:</b>	<b>16.614</b>	<b>199.368</b>

**Fuente:** Encuestas a los propietarios de las tiendas y comisariatos de las tiendas del cantón La Maná.

### b. Oferta proyectada de la harina de banano en el cantón La Maná.

La proyección de la oferta de la harina de banano fue realizada en torno al porcentaje del 1,67% correspondiente a la tasa de crecimiento del mes de mayo 2024. Ver anexo 11.

**Tabla 34.** *Oferta proyectada de la harina de banano en el cantón La Maná.*

<b>Presentaciones</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
100 gramos	35.568	36.162	36.766	37.380	38.004
200 gramos	26.568	27.012	27.463	27.921	28.388
300 gramos	39.768	40.432	41.107	41.794	42.492
400 gramos	35.808	36.406	37.014	37.632	38.261
500 gramos	35.568	36.162	36.766	37.380	38.004
1000 gramos	26.088	26.524	26.967	27.417	27.875
<b>Suman:</b>	<b>199.368</b>	<b>202.697</b>	<b>206.082</b>	<b>209.524</b>	<b>213.023</b>

**Fuente:** Encuestas a los propietarios de las tiendas y comisariatos de las tiendas del cantón La Maná.

### 11.3.1.2. Demanda actual y proyectada de harina de banano en el cantón La Maná.

#### a. Demanda actual de harina de banano en el cantón La Maná.

Para la recopilación de los datos de la demanda de harina de banano entre las familias del cantón La Maná se tomó en consideración a 23.070 familias, aplicando encuestas a una muestra de 378 familias, la pregunta 5 fue direccionada para este propósito, obteniendo los siguientes resultados: en la presentación de 100 gramos la demanda mensual fue 31.431 fundas y multiplicado por los 12 meses reflejó un valor de 377.176 fundas, en la presentación de 200 gramos la demanda anual fue 361.064 fundas, la demanda de 300 gramos se situó en 59.323 fundas, la presentación de 400 gramos reflejó una cantidad anual de 74.703 fundas, la presentación de 500 gramos fue de 85.689 y en la presentación de 1000 gramos se apreció una demanda de 4.394 fundas.

**Tabla 35. Demanda mensual y anual de la harina de banano - cantón La Maná**

<b>Presentación</b>	<b>Totales en fundas</b>	
	<b>mensual</b>	<b>Total anual en gramos</b>
100 gramos	31.431	377.176
200 gramos	30.089	361.064
300 gramos	4.944	59.323
400 gramos	6.225	74.703
500 gramos	7.141	85.689
1000 gramos	366	4.394
<b>Suman:</b>	<b>80.196</b>	<b>962.349</b>

**Fuente:** Datos de las encuestas a las familias del cantón La Maná.

### **b. Demanda proyectada de la harina de banano en el cantón La Maná.**

Para la proyección de la demanda de harina de banano para los años posteriores se consideró la tasa de crecimiento del 2.31% obtenido mediante el cálculo del índice de crecimiento poblacional tomando en consideración los datos de los años 2014-2023 publicada por el INEC. (Ver anexo 9). Con esos datos se obtuvo los siguientes datos proyectados para la demanda de harina de banano por las familias del cantón La Maná. Para el año 2024 se situó en 962.349 fundas, para el año 2025 se visualizó 984.579 fundas, en el año 2026 sumo una cantidad de 1'007.323 fundas, en el año 2027 fue de 1'030.592 fundas y el año 2028 la cantidad de 1'054.398 fundas de harina de banano.

**Tabla 36. Proyección de la demanda de harina cantón La Maná 2024-2028**

<b>Presentación en fundas</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
100 gramos	377.176	385.889	394.803	403.923	413.254
200 gramos	361.064	369.404	377.938	386.668	395.600
300 gramos	59.323	60.693	62.095	63.530	64.997
400 gramos	74.703	76.428	78.194	80.000	81.848
500 gramos	85.689	87.668	89.693	91.765	93.885
1000 gramos	4.394	4.496	4.600	4.706	4.815
<b>Suman:</b>	<b>962.349</b>	<b>984.579</b>	<b>1'007.323</b>	<b>1'030.592</b>	<b>1'054.398</b>

**Fuente:** Datos de las encuestas a las familias del cantón La Maná.

### 11.3.1.3. Demanda insatisfecha de harina de banano en el cantón La Maná.

La demanda insatisfecha fue obtenida mediante el cálculo de una resta entre la oferta proyectada y la demanda proyectada, la cual reflejó una demanda insatisfecha 806.368 fundas de harina de banano para el año 2024.

**Tabla 37.** Demanda insatisfecha de harina de banano en el cantón La Maná.

Presentación (fundas)	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Demanda insatisfecha en fundas
100 gramos	35.568	377.176	-341.608
200 gramos	26.568	361.064	-334.496
300 gramos	39.768	59.323	-19.555
400 gramos	35.808	74.703	-38.895
500 gramos	35.568	85.689	-50.121
1000 gramos	26.088	4.394	21.694
<b>Suman:</b>	<b>199.368</b>	<b>962.349</b>	<b>-762.981</b>


Fuente: Datos de la oferta y la demanda.


### 11.3.1.4. Análisis de la comercialización de harina de banano en el cantón La Maná.

El marketing mix permitió un análisis detallado de la comercialización de la harina de banano, describiendo las particulares del producto, precio, plaza y la promoción, pautas que proporcionaron datos relevantes para el desarrollo de la presente investigación:

#### a. Descripción del producto

**Tabla 38.** Descripción del producto: harina de banano




	<p><b>Características físicas:</b> Posee una pulpa color blanquecina con poco contenido de azúcares ni hidratos de carbono sencillo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Humedad: 24%-62%</li> <li>• Cenizas: 2,17%</li> <li>• Azúcares: 0,85%</li> <li>• Proteínas: 3,65%</li> <li>• Humedad: 3%</li> </ul>
<p><b>Características nutricionales:</b></p>	<p>Por cada 100 gramos consumidos se obtienen los siguientes aportes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carbohidratos: 80 gramos</li> <li>• Potasio: 1470 mg.</li> <li>• Hierro: 0.7 mg.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proteínas: 10 gramos</li> <li>• Energía: 330 calorías.</li> </ul>
<b>Ficha técnica del producto:</b> 	<b>Producto:</b> Harina de banano <b>Razón comercial:</b> Flores-Nana <b>Envase:</b> Fundas al vacío <b>Ingredientes del producto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banano</li> <li>• Ácido ascórbico</li> </ul>

**Suman:** *Elaboración propia.*

## b. Análisis del precio

**Tabla 39.** *Análisis del precio*

Marca	Presentación	Precio expresado en USD.
La Oriental 	200 gramos	1,20
Green Banana Fluor 	200 gramos	1,15
Banasoya 	200 gramos	\$1,16
Banavit	200 gramos	\$1,20
Banarica	200 gramos	\$1,15

**Fuente:** *Elaboración propia*

### c. Plaza

Para la comercialización de harina de banano en el cantón La Maná, se contempló el canal de comercialización directo e indirecto que figuran a continuación:

Se empleará el canal de comercialización indirecto para distribuir la harina de banano a través de los comisariatos o tiendas del cantón La Maná.

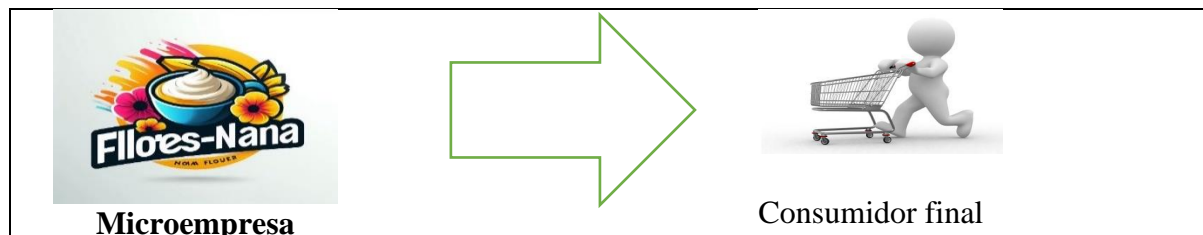
**Figura 28.** Canal de comercialización indirecto



Fuente: *Elaboración propia.*

Otro canal de comercialización contemplado en la propuesta fue el canal directo a través de la distribución directa de la harina de banano a los consumidores; es decir a las familias del cantón La Maná.

**Figura 29.** Canal de comercialización directo



Fuente: *Elaboración propia.*

### d. Análisis de la publicidad y promoción

Para publicitar la harina de banano “Flores-Nana” se diseñó un compendio de estrategias publicitarias que se describen a continuación:

## Hojas volantes:

**Figura 30.** Hojas volantes



**Fuente:** Elaboración propia.

## Publicidad radial

Se contratará cuñas publicitarias en radio Soberana para el primer mes de lanzamiento de la harina de banano que permita dar a conocer el producto en las zonas urbanas y rurales.

## Publicidad en redes sociales:

Acorde con la innovación tecnológica se planteó el desarrollo de un perfil en la red social Facebook.

**Figura 31.** Publicidad en redes sociales



**Fuente:** Elaboración propia

## Promociones

Como estrategias promocionales se mencionan adicional 10 gramos a los paquetes normales por determinadas fechas, también canjear 20 envases vacíos por uno de los siguientes objetos:

**Figura 32.** *Estrategias promocionales*



Fuente: *Elaboración propia*

### 11.3.2. Estudio técnico

#### Objetivo general:

Desarrollar un estudio técnico de la elaboración y comercialización de productos derivados del excedente de banano (harina) para el establecimiento de su viabilidad operativa en el cantón La Maná.

#### Objetivos específicos:

- Definir el tamaño del proyecto para la producción de harina de banano.
- Describir la ubicación óptima y la ingeniería para la creación de la microempresa.
- Detallar el proceso productivo de la elaboración de harina de banano.
- Determinar los requerimientos de equipo, maquinaria y mano de obra para la producción de harina de banano.
- Diseñar el marco organizacional, funcional y legal indispensable para la producción y comercialización de harina de banano.

#### 11.2.3.1. Establecimiento del tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto para la microempresa “Flores-Nana” se planteó en los siguientes porcentajes de la demanda insatisfecha: 24.480 fundas de 100 gramos, 21.600 fundas de 200 gramos, 14.400 fundas de 300 gramos, 14.400 fundas de 400 gramos y 8640 fundas de 500

gramos y 2.880 fundas de 1000 gramos de harina de banano que representa de la demanda insatisfecha, captando un porcentaje promedio del 25,80% de la demanda insatisfecha total.

**Tabla 40.** *Establecimiento del tamaño del proyecto*

<b>Presentación en fundas</b>	<b>Demanda insatisfecha en fundas</b>	<b>Tamaño del proyecto/fundas</b>	<b>Tamaño del proyecto porcentual</b>
100 gramos	341.608	24.480	7,17%
200 gramos	334.496	21.600	6,46%
300 gramos	19.555	14.400	73,64%
400 gramos	38.895	14.400	37,02%
500 gramos	50.121	8.640	17,24%
1000 gramos	21.694	2.880	13,28%
<b>Tamaño del proyecto promedio</b>		<b>86.400</b>	<b>25,80%</b>

Fuente: *Elaboración propia*

#### **a. Plan de producción de la harina de banano**

La producción de harina de banano en la microempresa se planteó en función de los recursos humanos, equipo y maquinaria, planificando procesar 85 fundas de 100 gramos, 75 fundas de 200 gramos, 50 fundas de 300 gramos, 50 fundas de 400 gramos y 30 fundas de 500 gramos, 10 fundas de 1000 gramos, dando una sumatoria de 300 fundas diarias. Mientras que la producción semanal al ser multiplicado por 6 días laborables fue de 1.800 fundas, al mes considerando 4 semanas la producción fue de 7.200 fundas y al año 86.400 fundas.

**Tabla 41.** *Plan de producción de la harina de banano en fundas*

<b>Presentación</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
100 gramos	85	510	2.040	24.480
200 gramos	75	450	1.800	21.600
300 gramos	50	300	1.200	14.400
400 gramos	50	300	1.200	14.400
500 gramos	30	180	720	8.640
1000 gramos	10	60	240	2.880
<b>Suman:</b>	<b>300</b>	<b>1.800</b>	<b>7.200</b>	<b>86.400</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### 11.2.3.2. Descripción de la ubicación óptima

Para seleccionar el sitio idóneo para la microempresa se tomó como referencia tres parroquias del cantón La Maná, analizando 5 factores que permitieron determinar su ubicación: Para el análisis de la ubicación se consideró la siguiente interpretación:

**Tabla 42. Ponderación:**

1	2	3	4	5
Nada adecuado	Algo adecuado	Regularmente adecuado	Adecuado	Muy adecuado

**Fuente:** *Elaboración propia*

Acorde al análisis de la tabla donde se analizó la factibilidad de la ubicación en las tres parroquias de La Maná, se pudo apreciar que el mayor puntaje obtuvo en la parroquia El Carmen con un puntaje de 25 puntos y un total obtenido de 0.52.

**Tabla 43. Cálculo para la selección de la ubicación**

Factores	Peso	La Maná		Parroquias El Triunfo			El Carmen		
		Punt.	Tot. Obt.	Peso	Punt.	Tot. Obt.	Peso	Punt.	Tot. Obt.
Servicios básicos	0,20	5	1,00	4	0,20	0,8	0,20	5	1
Proveedores de materia prima	0,20	4	0,80	4	0,20	0,8	0,20	4	0,8
Servicios de transportes	0,12	4	0,48	4	0,12	0,48	0,12	4	0,48
Seguridad	0,20	4	0,80	3	0,20	0,6	0,20	4	0,8
Costos de arriendos	0,15	2	0,30	3	0,15	0,45	0,15	4	0,6
Competencia de comisariatos	0,13	2	0,26	3	0,13	0,39	0,13	4	0,52
<b>Total:</b>	<b>1</b>	<b>21</b>	<b>3,64</b>	<b>21</b>	<b>1,00</b>	<b>3,52</b>	<b>1,00</b>	<b>25</b>	<b>4,2</b>

**Fuente:** *Elaboración propia*

Analizando la parte céntrica de la parroquia El Carmen se consideró adecuado como sitio de la ubicación de la microempresa en la avenida San Pablo y García Moreno.

- **Ubicación macro: Cotopaxi**

La provincia de Cotopaxi está ubicada en la parte central de la Sierra en la hoya del Patate en el este y los flancos externos de la cordillera occidental.

**Figura 33.** *Ubicación macro: Cotopaxi*

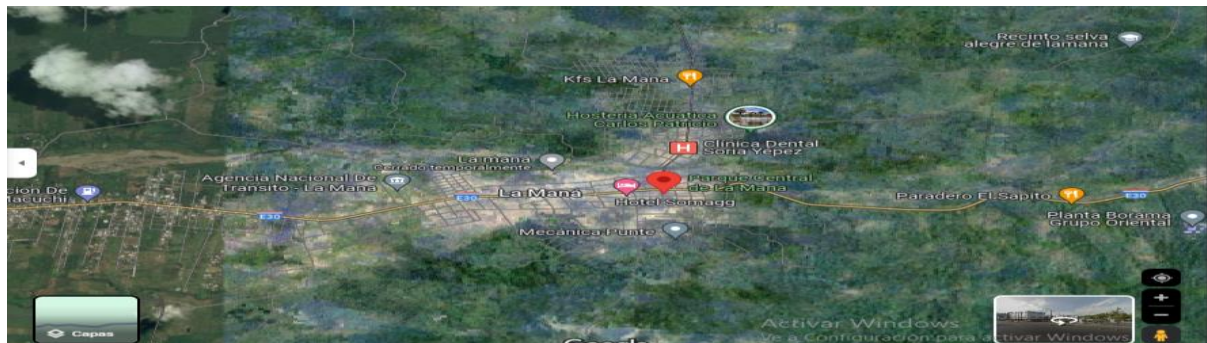


Fuente: <https://ar.inspiredpencil.com/pictures-2023/cotopaxi-national-park-map>

- **Ubicación meso: La Maná**

El cantón La Maná es un cantón de la provincia de Cotopaxi, localizada en la región natural occidental de las estribaciones externas de los Andes.

**Figura 34.** *Ubicación meso: La Maná*

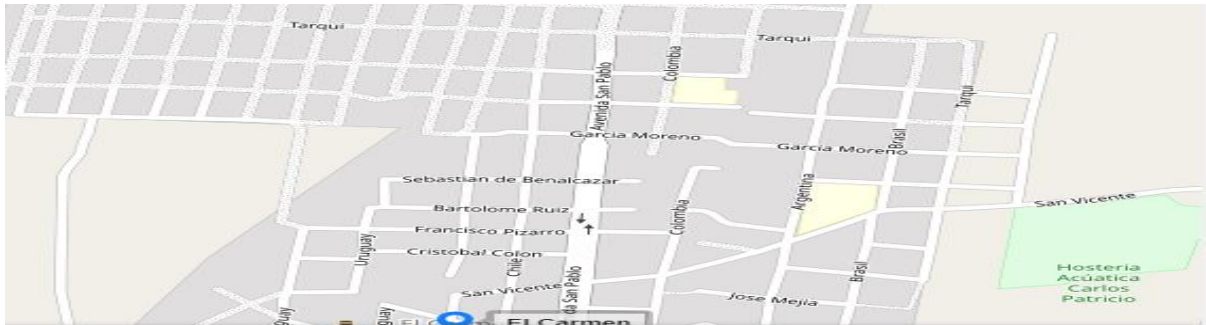


Fuente: <https://google.maps>.

- **Ubicación micro**

Con fundamentación en el análisis anterior se consideró pertinente que la localización micro para la microempresa “Flores –Nana” en la parroquia El Carmen, avenida San Pablo y García Moreno.

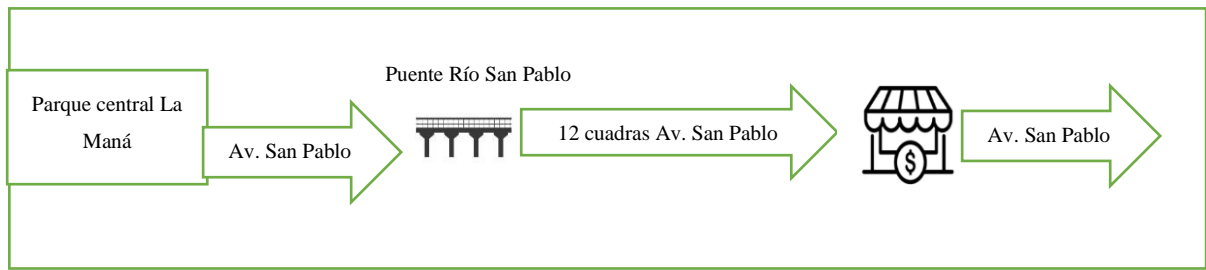
**Figura 35. Localización micro**



Fuente: <https://google maps>.

- Croquis de la ubicación de “Flores-Nana”

**Figura 36. Croquis de la ubicación de “Flores-Nana”**

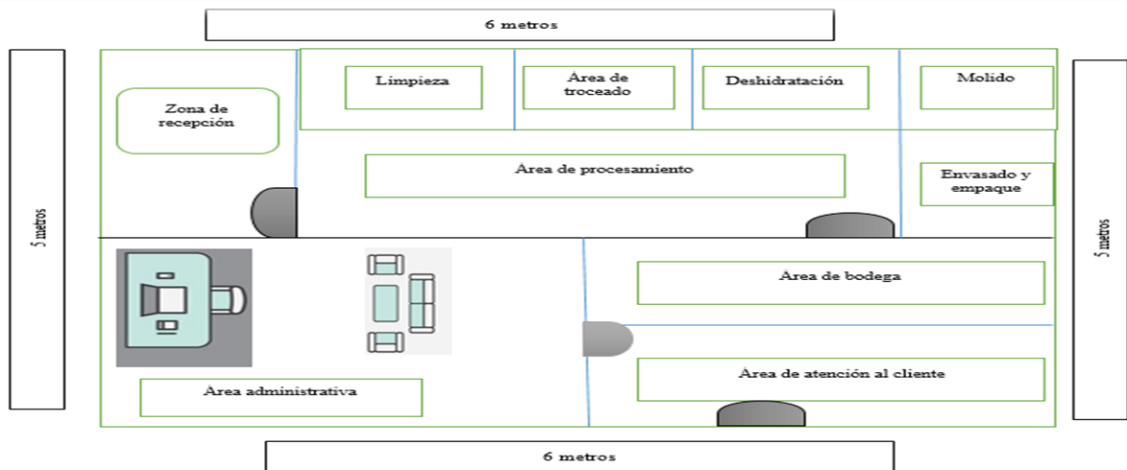


Fuente: *Elaboración propia*

**11.2.3.3. Descripción de la ingeniería del proyecto**

La infraestructura de la empresa estará conformada por las siguientes dimensiones: 6 metros de ancho por 5 metros de largo.

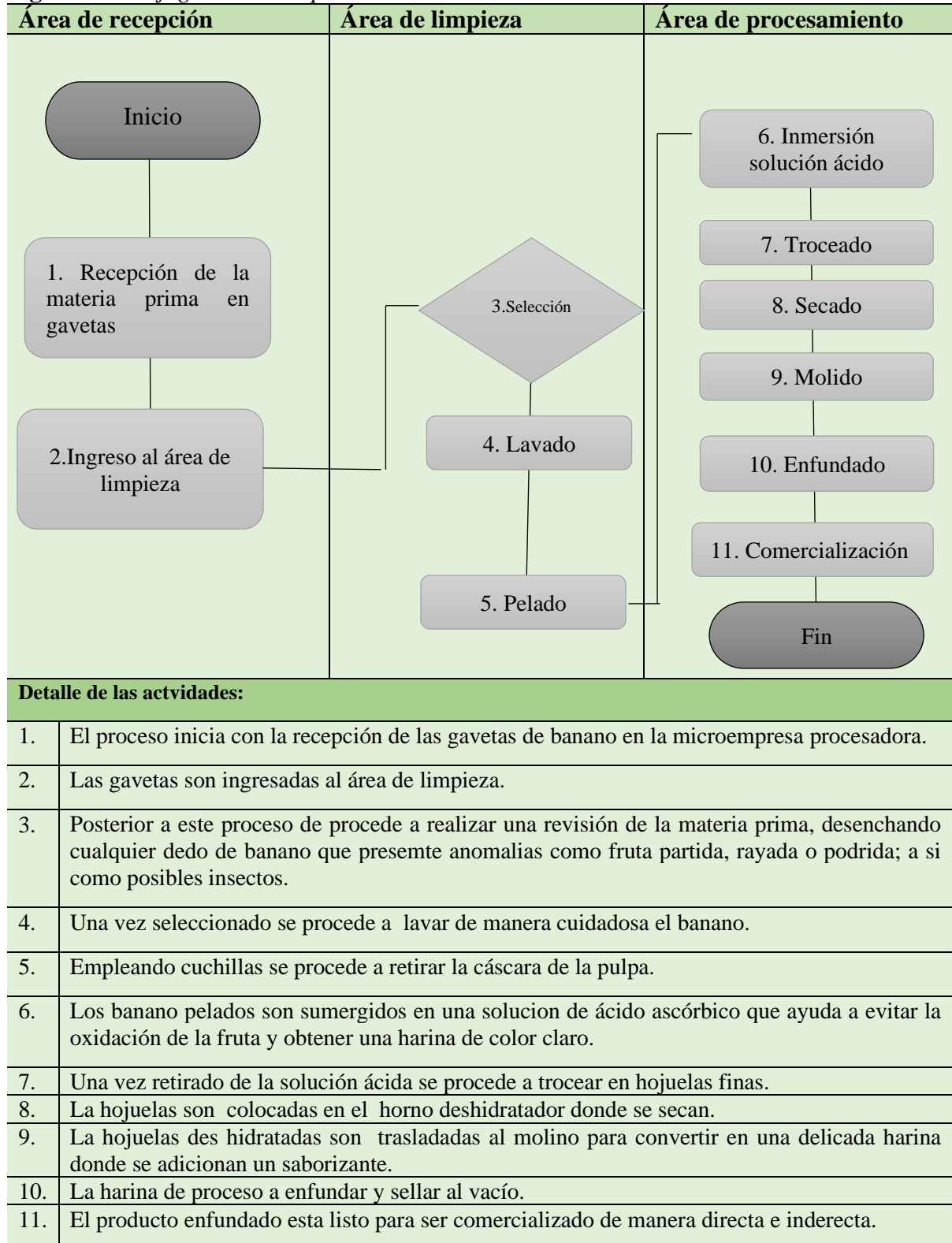
**Figura 37. Distribución de la microempresa**



Fuente: *Elaboración propia*

### 11.2.3.4. Descripción del proceso de elaboración de la harina de banano en la microempresa

**Figura 38.** *Flujograma descriptivo*



**Fuente:** *Elaboración propia*

### 11.2.3.5. Descripción del equipo, maquinaria para la microempresa

#### a. Descripción del equipo y maquinaria indispensable para la elaboración de harina de banano


Para la adquisición del equipo y maquinaria se realizó un estudio que permitió conocer los siguientes proveedores que pueden facilitar la compra de los equipos y maquinarias:

Equimax: info@equimaxecuador.com.ec, celular: 0995685477

Induservi: info@induservi.com celular: (593) 998374303

**Tabla 44.** Descripción del equipo y maquinaria

<b>Equipo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Máquina rebanadora de banano</b> 	Máquina rebanadora Vulcanotec Acero inoxidable AISI 304 Grosor de 1 a 5 mm. Capacidad: 25 kg. por hora. Precio: \$520,00
<b>Deshidratador de frutas</b> 	Deshidratador LT-102 10 bandejas. Capacidad 300 kg. 4 hora. Precio: \$502,00
<b>Molino de martillo</b> 	Molino Viera MCS 350 (05HP) 85 kg. por hora Precio: \$1.800,00
<b>Tinas de acero</b> 	Tinas de acero inoxidable Dulox Capacidad: 100 litros Precio: \$500,00
<b>Balanza</b> 	Balanza digital CAMRY Capacidad: 25 kg. Precio: \$250,00

<p><b>Máquina para sellar al vacío</b></p> 	<p>Máquina selladora de fundas 20 cm Potencia 300 W Precio: \$220,00</p>
--	--

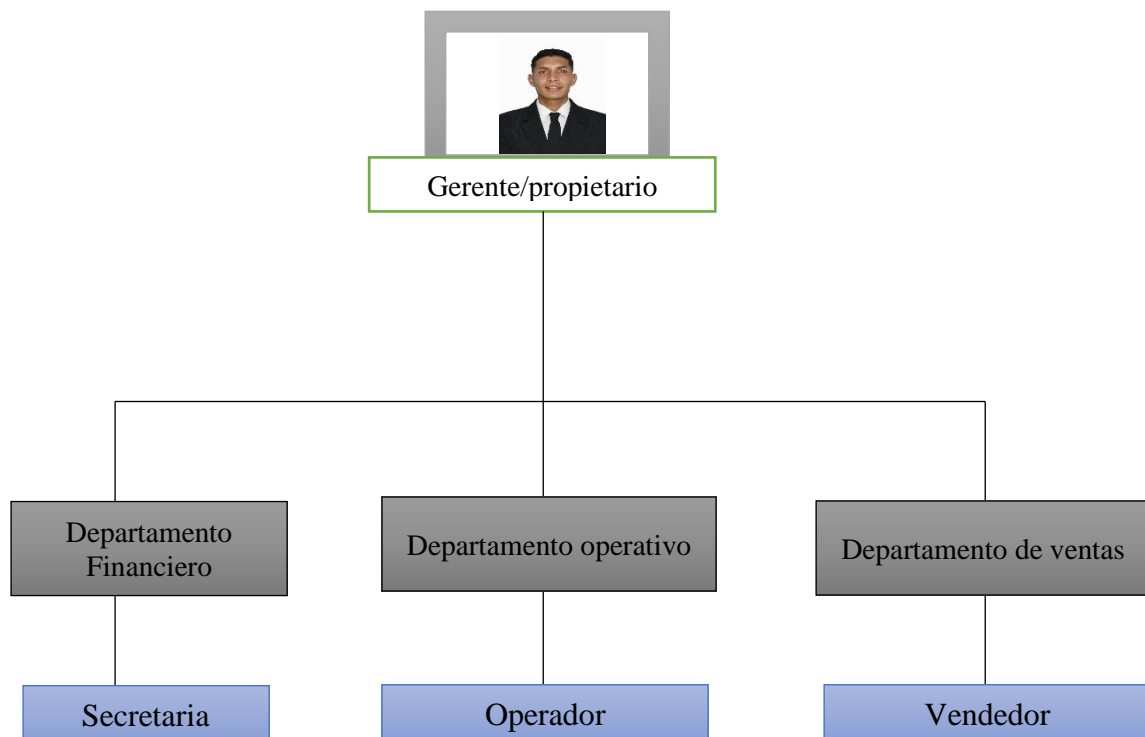
Fuente: *Elaboración propia*

### 11.2.3.6. Marco organizacional, funcional y legal de la microempresa

#### a. Marco organizacional de “Flores-Nana”

La estructura organizacional de la microempresa fue diseñada de la siguiente manera:

**Figura 39.** *Estructura organizacional*



Fuente: *Elaboración propia*

**b. Descripción de funciones**

**Puesto:** Gerente propietario

**Objetivo:**

Efectuar los procesos de planificación, organización, dirección, control de las actividades operativas y administrativa de la microempresa “Flores-Nana” que asegure la eficiencia en la producción y calidad de la harina de banano.

**Funciones:**

- Diseñar planes estratégicos y operativos para asegurar el crecimiento y sostenibilidad de la empresa, mediante objetivos a corto y largos plazo.
- Ejecutar procesos de supervisión para el proceso de la harina de banano que asegure un producto de calidad.
- Diseñar y ejecutar planes de mejora para las actividades operativas con el propósito de reducir costos y evitar desperdicios de los recursos de la microempresa.
- Asegurar que se mantenga la calidad de la harina y las normas de sanidad para todo el proceso productivo y comercialización.
- Dirigir el proceso de contratación y supervisión del personal, promoviendo un ambiente laboral tranquilo y una comunicación efectiva con todos los colaboradores.
- Gestionar las finanzas de la microempresa que incluye la revisión continúa de los estados financieros.
- Desarrollar estrategias de ventas y marketing que permita buscar nuevas oportunidades de mercado.

**Puesto:** Secretaria

**Objetivo:**

Supervisar y coordinar las actividades contables y financieras de la microempresa asegurando la confiabilidad de los registros financieros y las normativas fiscales y tributarias.

**Funciones:**

- Supervisar y registrar todas las transacciones financieras de la microempresa.
- Mantener actualizados los estados financieros, monitoreando los ingresos y egresos que permita una eficiente gestión del flujo de caja.

- Elaborar los informes financieros y el flujo de efectivo.
- Ser responsable de la gestión de la correspondencia y dar apoyo y soporte al gerente.
- Contestar y realiza llamadas telefónicas con los clientes, proveedores.
- Mantener archivos y registros ordenados de los ingresos y egresos.
- Asegurar la correcta gestión de la documentación que incluye la digitalización y archivo de los mismos.
- Asistir en la preparación de informes y otros documentos administrativos.

**Puesto:** Operador

**Objetivo:**

Asegurar la producción eficiente y un producto de alta calidad, cumpliendo con las normativas y estándares establecidos.

**Funciones:**

- Seleccionar, clasificar, pelar, cortar y moler los bananos según las especificaciones dadas en la microempresa.
- Manejar y controlar los equipos y maquinarias asegurando su buen uso y adecuada limpieza luego del proceso productivo.
- Efectuar inspecciones visuales y pruebas de calidad para asegurar que la harina de banano cumpla con los parámetros de calidad.
- Efectuar mantenimientos preventivos y correctivos de los equipos y maquinaria.
- Asegurar que su área de trabajo se mantenga ordenadas y limpias.
- Informar de manera inmediata en caso de detectar cualquier irregularidad.

**Puesto:** Vendedor

**Objetivo:**

Promover y vender la harina de banano a los clientes potenciales, incrementando las ventas acordes a las metas establecidas por la microempresa.

**Funciones:**

- Identificar y contactar a clientes potenciales sean mayoristas o minoristas.
- Utilizar diversas estrategias para incrementar las ventas.
- Ser amable y presentar las características y beneficios de la harina de banano.

- Cerrar ventas de manera efectiva, asegurando que los clientes se sientan satisfechos.

### **c. Aspectos legales de la microempresa**

En la parte legal de la microempresa se consideró pertinente asignar una razón social bajo la denominación de “Flores-Nana” en referencia al apellido del emprendedor y la palabra banana, al ser una microempresa su funcionamiento será bajo el régimen tributario RIMPE no obligado a llevar contabilidad.

Para el registro en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia de una planilla de algún servicio básico (luz, agua)

Registro para la obtención de la patente municipal.

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia de una planilla de algún servicio básico (luz, agua)
- Copia del pago del predio del domicilio.
- Pago de especie valorada.

Registro para la obtención del permiso Centro de Salud

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia de una planilla de algún servicio básico (luz, agua)
- Pago de la patente municipal.
- Pago de especie valorada.

### **d. Requisitos para obtener el permiso en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)**

Para la comercialización del producto se contempló el proceso para la obtención del permiso del ARCSA, cuyos requisitos se enuncian en la siguiente figura:


**Figura 40. Requisitos del ARCSA**



**Fuente:** <https://www.registrosanitarioec.com/registro-sanitario-alimentos/>

- **Especificaciones del material de envase**

El producto a comercializar bajo la denominación “Flores-Nana” se comercializará en un envase plástico con las siguientes características:

	<p><b>Fundas plásticas</b></p> <p>Material polipropileno que garantiza que la harina este protegido de la humedad u otros agentes externos y el desarrollo de hongos o moho. Dimensiones de las fundas ancho por alto: 100 gramos (8 cm x 10 cm) 200 gramos ( 8 cmx 12 cm) 300 gramos (12 x 14 cm) 400 gramos ( 12 cm x 16 cm) , 500 gramos (12 cm x 18 cm) 1000 gramos ( 13 cm x 20 cm )</p>
---	---

**Fuente:** Elaboración propia

- **Permiso de funcionamiento**

Para este efecto se tramita en primera instancia el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública, Cuerpo de Bomberos y la Patente del Gad municipal del cantón La Maná.

- **Código de lote**

Para este efecto se debe detallar el modo alfanumérico, alfabético o numérico establecido por el productor para la identificación del lote. Ejemplo: LFN01082024

**L:** Identifica la palabra lote.

**FN:** primera y segunda letra del producto “Flores-Nana”

**01:** Día que se elabora la harina

**08:** Mes que se elabora la harina

**2024:** Año correspondiente a la elaboración de la harina.

- **Proyecto de etiqueta**

La harina de banano se comercializará con la siguiente etiqueta

<p><b>Valores nutricionales:</b></p> <p>Por cada 100 gramos consumidos se obtienen los siguientes aportes:</p> <p>Carbohidratos: 80 gramos          Potasio: 1470 mg.          Hierro: 0.7 mg.          Proteínas: 10 gramos          Energía: 330 calorías.</p> <p><b>Ingredientes:</b>          Banano          Ácido ascórbico</p> <p><b>Peso neto:</b> 100 gramos          P.V. P: \$0,96.</p>	 <p><b>Filotes-Nana</b>  <small>NOMA FLOUR</small></p> <p><i>Producto natural con altos contenidos nutricionales</i></p>	 
--	---	--

**Fuente:** Elaboración propia

- **Proceso de elaboración**

El proceso de elaboración de la harina de banano que se incluirá es el descrito en la figura 39 del presente proyecto.

- **Otros requisitos adicionales**

Se debe detallar el tiempo de vida útil del producto, mediante el siguiente formato:

Quito, 11/junio del 2024
<p><b>Sres.</b></p> <p>Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario (ARCOSA)</p> <p>Presente.</p> <p>A través de la presente declaró que el producto denominado “Flores Nana” tiene un tiempo de vida útil de 90 días desde su elaboración al ambiente y en refrigeración pueden durar hasta 150 días.</p> <p>Atentamente.</p> <p>George Francisco Flores Cedeño</p>

#### **d. Direccionamiento estratégico para la microempresa**

##### **Misión**

Como microempresa “Flores –Nana” tenemos como misión producir y comercialización de harina de banano de alta calidad, saludable, sostenible, aprovechando la materia prima local que contribuya al bienestar nutricional de nuestros clientes y el desarrollo sostenible del cantón La Maná a través de prácticas responsables y sostenibles.

##### **Visión**

“Flores Nana” tiene como visión ser líder en la producción y comercialización de harina de banano en el mercado local y regional reconocida por ofrecer un producto de calidad, sostenibilidad y compromiso con la comunidad, teniendo como aspiración ampliar la variedad de productos derivados del banano que permita promover la salud y alimentación de nuestros clientes.

##### **Valores individuales**

- **Responsabilidad:** este valor regirá para el cumplimiento de los deberes y compromisos.
- **Integridad:** actuación con ética y honestidad en todas las acciones y decisiones.
- **Respeto:** en el trato con los superiores y compañeros.

- **Compromiso:** dedicación completa con las tareas asignadas y las metas de la microempresa.
- **Empatía:** valorar y respetar a todos que lo rodean.

### Valores corporativos

- **Calidad:** en todo el proceso productivo de la harina de banano y el servicio al cliente.
- **Trabajo en equipo:** Esfuerzo mancomunado para lograr los objetivos comunes de la microempresa e intereses de los colaboradores.
- **Orientación al cliente:** tomar en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes.
- **Innovación:** mejorar continua para ofrecer productos de calidad.

### 11.3.3. Estudio económico

#### Objetivo general:

Efectuar un estudio económico, determinando los costos, ingresos y la utilidad neta de la elaboración y comercialización derivados los excedentes de banano (harina).

#### Objetivos específicos:

- Establecer la inversión inicial requerida para la elaboración y comercialización de harina de banano.
- Calcular los costos fijos, variables, gastos administrativos, financieros para la ejecución de la propuesta.
- Estimar los ingresos y la utilidad neta proyectada del proyecto.

#### 11.3.3.1. Inversión total de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta de elaboración y comercialización de harina de banano se contempló la siguiente inversión inicial:

**Tabla 45.** *Inversión total de la propuesta*

<b>Detalle</b>	<b>Costo anual</b>
Inversión fija	18.844,86
Capital de trabajo	49.964,34
Gastos de constitución	100,00
<b>Suman:</b>	<b>68.909,20</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### a. Inversión inicial de la propuesta

Dentro de la inversión inicial se contempló los valores totales de la inversión fija, el capital de trabajo correspondiente de los 2 meses y los gastos de constitución, dando una suma de \$27.272,25.

**Tabla 46.** *Inversión inicial de la propuesta*

<b>Detalle</b>	<b>Costo anual</b>
Inversión fija	18.844,86
Capital de trabajo 2 meses	8.327,39
Gastos de constitución	100,00
<b>Suman:</b>	<b>27.272,25</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### b. Forma de financiación

Del valor anterior se propuso realizar el financiamiento con un crédito PYME de \$20.000,00 En BanEcuador a un plazo de 5 años con pagos semestrales con una tasa de interés del 9,76%. Es decir, el 73% será costado a través de un crédito bancario y el 27% el aporte del propietario mediante capital propio.

**Tabla 47.** *Forma de financiación de la inversión inicial*

<b>Forma de financiación</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Crédito bancario	20.000,00	73%
Capital propio	7.272,25	27%
<b>Suman:</b>	<b>27.272,25</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### c. Tabla de amortización del crédito bancario

La tabla de amortización correspondiente al crédito bancario se detalla a continuación:

**Tabla 48.** *Tabla de amortización del crédito bancario*

N°	Cuota	Interes	Amortización	Saldo
0				\$20.000,00
1	\$2.575,02	\$976,00	\$2.000,00	\$18.000,00
2	\$2.477,42	\$878,40	\$2.000,00	\$16.000,00
3	\$2.379,82	\$780,80	\$2.000,00	\$14.000,00
4	\$2.282,22	\$683,20	\$2.000,00	\$12.000,00
5	\$2.184,62	\$585,60	\$2.000,00	\$10.000,00
6	\$2.087,02	\$488,00	\$2.000,00	\$8.000,00
7	\$1.989,42	\$390,40	\$2.000,00	\$6.000,00
8	\$1.891,82	\$292,80	\$2.000,00	\$4.000,00
9	\$1.794,22	\$195,20	\$2.000,00	\$2.000,00
10	\$1.696,62	\$97,60	\$2.000,00	\$0,00
<b>Suman:</b>		<b>\$5.368,00</b>	<b>\$20.000,00</b>	

Fuente: *BanEcuador, Agencia La Maná.*

#### d. Detalle de los interés y amortizaciones

En el lapso de los 5 años de temporalidad del crédito bancario los intereses suman una cantidad de \$5.368,00 y la suma de las amortizaciones ascendió a \$20.000,00.

**Tabla 49.** *Detalle de los interés y amortizaciones*

#	Intereses	Amortización
<b>1</b>	\$1.854,40	\$4.000,00
<b>2</b>	\$1.464,00	\$4.000,00
<b>3</b>	\$1.073,60	\$4.000,00
<b>4</b>	\$683,20	\$4.000,00
<b>5</b>	\$292,80	\$4.000,00
<b>Suman:</b>	<b>\$5.368,00</b>	<b>\$20.000,00</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### 11.3.3.2. Estimación de la inversión en activos fijos y sus depreciaciones

#### a. Activos fijos

La inversión fija requerida para la elaboración y comercialización de harina de banano en el cantón La Maná al sumar los valores de las construcciones e instalaciones (\$2.000,00), vehículos (\$9.500,00) maquinaria y equipo (\$5.152,00), herramienta y varios (\$451,00), equipos de oficina (\$1.741,86), dando un valor total de \$18.844,86.

**Tabla 50.** *Estimación de la inversión en activos fijos*

<b>Activo fijo</b>	<b>Cantidades</b>	<b>Costo por unidad en USD.</b>	<b>Total en USD.</b>
<b>Construcciones e instalaciones</b>			
Adecuación instalaciones operativas y administrativas	1	2.000,00	2.000,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.000,00</b>
<b>Vehículos</b>			
Camioneta TOYOTA HILUX 2002	1	9500,00	<b>9500,00</b>
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>9500,00</b>	<b>9500,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
Máquina rebanadora de banano	1	520,00	520,00
Deshidratador de frutas	1	502,00	502,00
Molino de martillo	1	1.800,00	1.800,00
Banda transportadora	1	920,00	920,00
Tina de acero	1	500,00	500,00
Balanza	1	250,00	250,00
Vitrina	2	220,00	440,00
Máquina para sellar al vacío	1	220,00	220,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>4.932,00</b>	<b>5.152,00</b>
<b>HERRAMIENTAS Y VARIOS</b>			
Vaso dosificador	5	6,00	30,00
Gavetas	5	15,00	75,00
Baldes	10	7,00	70,00
Bandeja de acero	10	25,00	250,00
Cuchillos	5	4,00	20,00
Afilador de cuchillos	1	6,00	6,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>63,00</b>	<b>451,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINAS</b>			
Computadora de escritorio	1	628,00	628,00
Impresora Epson L-380	1	290,80	290,80
Caja registradora	1	108,86	108,86
Calculadora	1	16,20	16,20
Escritorio de madera	1	140,00	140,00
Archivador metálico	2	138,00	276,00
Silla giratoria	4	42,00	168,00
Sillas plásticas	4	15,00	60,00
Dispensador de agua fría y caliente	1	54,00	54,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>1432,86</b>	<b>1.741,86</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>17.327,86</b>	<b>18.844,86</b>

**Fuente:** *Elaboración propia*

## b. Depreciaciones

**Tabla 51. Depreciaciones de activos fijos**

Activo fijo	Cantidades	Costo por unidad en USD.	Total en USD.	Vida útil	Dep. anual	Dep, acumulada	Cant. Residual
<b>Construcciones e instalaciones</b>							
Adecuación instalaciones operativas y administrativas	1	2.000,00	2.000,00	10	200,00	1000,00	1.000,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.000,00</b>		<b>200,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>
<b>Vehículos</b>							
Camioneta TOYOTA HILUX 2002	1	9500,00	<b>9500,00</b>	5	1900,00	9500,00	0,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>9500,00</b>	<b>9500,00</b>		<b>1900,00</b>	<b>9500,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Maquinaria Y Equipo</b>							
Máquina rebanadora de banano	1	520,00	520,00	10	52,00	260,00	260,00
Deshidratador de frutas	1	502,00	502,00	10	50,20	251,00	251,00
Molino de martillo	1	1.800,00	1.800,00	10	180,00	900,00	900,00
Banda transportadora	1	920,00	920,00	10	92,00	460,00	460,00
Tina de acero	1	500,00	500,00	10	50,00	250,00	250,00
Balanza	1	250,00	250,00	10	25,00	125,00	125,00
Vitrina	2	220,00	440,00	10	44,00	220,00	220,00
Máquina para sellar al vacío	1	220,00	220,00	10	22,00	110,00	110,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>4.932,00</b>	<b>5.152,00</b>		<b>2.415,20</b>	<b>2.576,00</b>	<b>2.576,00</b>
<b>Herramientas y Varios</b>							
Vaso dosificador	5	6,00	30,00	5	6,00	30,00	0,00
Gavetas	5	15,00	75,00	5	15,00	75,00	0,00
Baldes	10	7,00	70,00	5	14,00	70,00	0,00
Bandeja de acero	10	25,00	250,00	5	50,00	250,00	0,00
Cuchillos	5	4,00	20,00	5	4,00	20,00	0,00
Afilador de cuchillos	1	6,00	6,00	5	1,20	6,00	0,00
<b>Sub-total</b>	<b>36</b>	<b>63,00</b>	<b>451,00</b>		<b>90,20</b>	<b>451,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Equipos de oficinas</b>							
Computadora de escritorio	1	628,00	628,00	3	209,33	628,00	0,00
Impresora Epson L-380	1	290,80	290,80	3	96,93	290,80	0,00
Caja registradora	1	108,86	108,86	5	21,77	108,86	0,00
Calculadora	1	16,20	16,20	3	5,40	16,20	0,00
Escritorio de madera	1	140,00	140,00	5	28,00	140,00	0,00
Archivador metálico	2	138,00	276,00	5	55,20	276,00	0,00
Silla giratoria	4	42,00	168,00	5	33,60	168,00	0,00
Sillas plásticas	4	15,00	60,00	5	12,00	60,00	0,00
Dispensador de agua fría y caliente	1	54,00	54,00	5	10,80	54,00	0,00
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>1432,86</b>	<b>1.741,86</b>		<b>473,04</b>	<b>1741,86</b>	<b>0,00</b>
<b>Inversion total</b>		<b>17927,86</b>	<b>18844,86</b>		<b>5078,44</b>	<b>15.268,86</b>	<b>3.576,00</b>

Fuente: Elaboración propia .

### 11.3.3.3. Estimación del capital de trabajo

En la tabla se describió los valores que conformaron el capital de trabajo sumando un valor anual de \$49.964,34 un valor mensual de \$4.163,70 y también se calculó el valor correspondiente a los dos meses en vista que se financiara a través de un crédito bancario.

**Tabla 52.** *Estimación del capital de trabajo*

<b>Detalle</b>	<b>Valor anual</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor bimestral</b>
Materiales directos	5.328,00	444,00	888,00
Materiales indirectos	2.392,00	199,33	398,67
Mano de obra directa	7.515,48	626,29	1.252,58
Mano de obra indirecta	7.515,48	626,29	1.252,58
Otros gastos	10.137,21	844,77	1.689,53
Gastos administrativos	15.996,48	1.333,04	2.666,08
Gastos de patentes y permisos	100,00	8,33	16,67
Imprevistos 2%	979,69	81,48	163,28
<b>Suman:</b>	<b>49.964,34</b>	<b>4.163,70</b>	<b>8.327,39</b>

**Fuente:** *Elaboración propia*

#### **a. Materiales directos**

La materia prima directa para la elaboración de la harina fue el banano verde, adquirido en gavetas a la agrícola bananera “Agrícola Margarita” del recinto Tres Coronas. Para estimar la cantidad de banano fresco a adquirir se consideró una pérdida de humedad del 45% y una pérdida del 5% en la cáscara. En cada gaveta se obtiene 30 kg. de banano fresco. Para el primer año se procesará 24.480 fundas de 100 gramos que al realizar el siguiente cálculo:  $(24.480 \text{ fundas} * 100 \text{ gramos} / 1000 \text{ gramos}) * 2$  se obtuvo el valor en kilos que en este caso fue de 4.896 kilos, para obtener el valor en gavetas se dividió para 30 kilos, es decir en cada gaveta caben 30 kilos, para el primer caso se requieren 133 gavetas con un valor unitario de \$3,00 dio un valor total de \$489,60 el mismo procedimiento se aplicó para las siguientes presentaciones. , adicionado el valor del ácido ascórbico se obtuvo un valor total de \$5.328,00.

**Tabla 53. Materia prima directa para la elaboración de harina de banano**

<b>Presentación</b>	<b>Tamaño del proyecto/fundas</b>	<b>kg</b>	<b>gavetas</b>	<b>Costo unita</b>	<b>Costo total</b>
100 gramos	24.480	4896	163	3	489,60
200 gramos	21.600	8640	288	3	864,00
300 gramos	14.400	8640	288	3	864,00
400 gramos	14.400	11520	384	3	1152,00
500 gramos	8.640	8640	288	3	864,00
1000 gramos	2.880	5760	192	3	576,00
Ácido ascórbico			51.840	0,01	518,40
<b>Suman:</b>	<b>86.400</b>	<b>48.096</b>	<b>1603</b>		<b>5328,00</b>

Fuente: *Elaboración propia*

#### **b. Materiales indirectos para la elaboración de harina de banano**

Para el empaque de la harina de banano se empleará fundas personalizadas con el logo y datos nutricionales, además se empleará fundas de despacho, que serán adquiridos en Proplastic (info@proplastic.ec) de la ciudad de Quito, los valores correspondientes se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 54. Materia prima indirecta para la elaboración de harina de banano**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Precio unit.</b>	<b>Precio total</b>
Fundas personalizadas	Paquetes	52	28,00	1.456,00
Fundas de despacho	rollos	52	18,00	936,00
<b>Suman:</b>				<b>2.392,00</b>

Fuente: *Elaboración propia*

#### **c. Mano de obra directa e indirecta**

Los valores correspondientes a la mano de obra directa e indirecta se presentan en las siguientes tablas con sus respectivos beneficios salariales:

**Tabla 55. Mano de obra directa e indirecta**

<b>Detalle</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Salario anual</b>	<b>Décimo tercer</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Aporte patrono</b>	<b>Total al año</b>
Operador	460,00	5520,00	460,00	460,00	460,00	615,48	7515,48
<b>Suman:</b>	<b>460,00</b>	<b>5520,00</b>	<b>460,00</b>	<b>460,00</b>	<b>460,00</b>	<b>615,48</b>	<b>7515,48</b>

Fuente: *Elaboración propia***Tabla 56. Mano de obra indirecta**

<b>Detalle</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Salario anual</b>	<b>Décimo tercer</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Aporte patrono</b>	<b>Total al año</b>
Vendedor	460,00	5.520,00	460,00	460,00	460,00	615.48	7.515,48
<b>Suman:</b>	<b>460,00</b>	<b>5.520,00</b>	<b>460,00</b>	<b>460,00</b>	<b>460,00</b>	<b>615.18</b>	<b>7.515,48</b>

Fuente: *Elaboración propia***d. Estimación de otros costos**

Adicional a los costos mencionados anteriormente se estimó el rubro de otros costos el cual dio una suma total de \$10.137,21.

**Tabla 57. Estimación de otros gastos**

<b>Detalle</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gasto anual</b>
Arriendo	150,00	1800,00
Servicios básicos	45,00	540,00
Internet	25,00	300,00
Insumos de limpieza	5,00	60,00
Combustible	50,00	600,00
Mantenimiento	50,00	600,00
Publicidad	80,00	960,00
Depreciación anual	423,20	5078,44
Imprevistos 2%	16,56	198,77
<b>Suman:</b>	<b>844,77</b>	<b>10.137,21</b>

Fuente: *Elaboración propia*

#### d. Gastos administrativos

Los gastos administrativos conformados por los sueldos administrativos y los insumos de oficina y gastos de comunicación administrativo dieron una suma de \$15.996,48

**Tabla 58.** *Gastos administrativos*

<b>Detalle</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Salario anual</b>	<b>Décimo tercer</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Aporte patrono</b>	<b>Total al año</b>
Gerente	500,00	6.000,00	500,00	500,00	500,00	669,00	8.169,00
Secretaria	460,00	5.520,00	460,00	460,00	460,00	615,48	7.515,48
<b>Subtotal:</b>	<b>960,00</b>	<b>11.520,00</b>	<b>960,00</b>	<b>960,00</b>	<b>960,00</b>	<b>1.284,48</b>	<b>15.684,48</b>
<b>Detalle</b>			<b>Gasto mensual</b>		<b>Gastos anual</b>		
Insumos de oficina			6,00		72,00		
Gastos comunicación			20,00		240,00		
<b>Subtotal:</b>			<b>26,00</b>		<b>312,00</b>		
<b>Total gastos administrativos:</b>							<b>15.996,48</b>

Fuente: *Elaboración propia*

#### 11.3.3.4. Costos totales

##### a. Costos fijos

Los costos fijos para la elaboración y comercialización de harina de banano ascendieron a \$43.119,05.

**Tabla 59.** *Costos fijos*

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Mano de obra directa	7.515,48
Mano de obra indirecta	7.515,48
Otros gastos	10.137,21
Gastos administrativos	15.996,48
Gastos financieros	1.854,40
Gastos de patentes y permisos	100,00
<b>Suman:</b>	<b>43.119,05</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Tabla 60. Costo fijo unitario**

Presentación	Mano de obra directa	M Obra indirecta	Otros gastos	Gastos Administrativos	Gast. Finan.	G. permisos	total	Costo fijo unitario
100 gramos	765,05	765,05	1031,93	1628,38	188,77	10,18	4.389	0,18
200 gramos	1350,086228	1350,09	1821,06	2873,62	333,13	17,96	7.746	0,36
300 gramos	1350,09	1350,09	1821,06	2873,62	333,13	17,96	7.746	0,54
400 gramos	1800,11	1800,11	2428,07	3831,49	444,17	23,95	10.328	0,72
500 gramos	1350,09	1350,09	1821,06	2873,62	333,13	17,96	7.746	0,90
1000 gramos	900,06	900,06	1214,04	1915,75	222,08	11,98	5.164	1,79
<b>Suman:</b>	<b>7.515,48</b>	<b>7.515,48</b>	<b>10137,21</b>	<b>15996,48</b>	<b>1854,40</b>	<b>100,00</b>	<b>43.119,05</b>	<b>0,50</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### Costo fijo unitario.

$$CFU = CF \text{ TOTAL} / UNIDADES$$

$$CFU = 43.119,05 / 86.400$$

$$CFU = 0,50$$

### b. Costos variables

Los costos variables conformadas por las cuentas de la materia prima directa e indirecta se situaron en un valor de \$7.720,00 anuales.

**Tabla 61. Costos variables para la elaboración y comercialización de harina de banano**

Concepto	Costo
Materia prima directa	5.328,00
Materia prima indirecta	2.392,00
<b>Suman:</b>	<b>7.720,00</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Costo variable unitario****Tabla 62. Costo variable unitario**

Presentación	Materia prima directa	Materia prima indirecta	Total	Costo variable unitario
100 gramos	1.167,33	677,73	1.845,07	0,075
200 gramos	1.462,00	598,0	2.060,00	0,095
300 gramos	1.262,67	398,7	1.661,33	0,115
400 gramos	1.550,67	398,7	1.949,33	0,135
500 gramos	1.103,20	239,2	1.342,40	0,155
1000 gramos	655,73	79,7	735,47	0,255
<b>Suman:</b>	<b>7.201,60</b>	<b>2.392</b>	<b>9.593,60</b>	<b>0,11</b>

Fuente: *Elaboración propia*

**Costo variable unitario.**

$CVU = CV \text{ TOTAL} / UNIDADES$

$CVU = 9.593,60 / 86.400$

$CVU = 0,11$

**Costo total de producción****Tabla 63. Costo total de producción**

Presentación	CFU	CVU	Costos total
100 gramos	0,18	0,075	0,25
200 gramos	0,36	0,095	0,45
300 gramos	0,54	0,115	0,65
400 gramos	0,72	0,135	0,85
500 gramos	0,90	0,155	1,05
1000 gramos	1,79	0,255	2,05
<b>Suman:</b>	<b>4,48</b>	<b>0,832</b>	<b>5,31</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### 11.3.3.5. Determinación de los ingresos

Los ingresos para las diversas presentaciones se obtuvieron mediante la cantidad y el precio de venta al público, obteniendo un valor anual de \$96.940,80.

**Tabla 64.** *Determinación de los ingresos*

<b>Presentación</b>	<b>Cantidad producida</b>	<b>PVP</b>	<b>Ingreso anual</b>
100 gramos	24.480	0,96	23.500,80
200 gramos	21.600	1,00	21.600,00
300 gramos	14.400	1,05	15.120,00
400 gramos	14.400	1,15	16.560,00
500 gramos	8.640	1,50	12.960,00
1000 gramos	2.880	2,50	7.200,00
<b>Suman:</b>	<b>86.400</b>		<b>96.940,80</b>

**Fuente:** *Elaboración propia*

#### a. Proyección de ingresos

Para la proyección de los ingresos se empleó un porcentaje del 1.67% correspondiente a la tasa de inflación del mes de mayo del 2024, obteniendo los siguientes valores: para el año 2024 ingresos anuales de \$96.940,80, para el año 2025 (\$98.537,68) en el año 2026 (99.720,13) el año 2027 (\$100.916,77.) el año 2028 (\$102.127,77).

**Tabla 65.** *Proyección de ingresos*

<b>Presentación</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
100 gramos	23.500,80	23.893,26	24.292,28	24.697,96	25.110,42
200 gramos	21.600,00	21.960,72	22.327,46	22.700,33	23.079,43
300 gramos	15.120,00	15.372,50	15.629,22	15.890,23	16.155,60
400 gramos	16.560,00	16.836,552	17.117,72	17.403,59	17.694,23
500 gramos	12.960,00	1.3154,4	13.351,72	13.551,99	13.778,31
1000 gramos	7.200,00	7.320,24	7.442,49	7.566,78	7.693,14
<b>Suman:</b>	<b>96.940,80</b>	<b>98.537,68</b>	<b>99.720,13</b>	<b>100.916,77</b>	<b>102.127,77</b>

**Fuente:** *Elaboración propia*

### 11.3.3.6. Punto de equilibrio monetario y en unidades

Con el propósito de determinar el punto de equilibrio en la venta de la harina de banano se procedió a calcular el Punto de equilibrio para cada presentación empleando la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio (PE)} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos (Ventas)}}}$$

Al reemplazar los valores con los datos de la fórmula se obtuvo los siguientes resultados del PE monetario y en unidades producidas para cada presentación como se aprecia en la siguiente tabla:

**Tabla 66.** *Punto de equilibrio monetario y en unidades*

Presentación	Ingresos	Costo fijo \$	Costo variable \$	PE \$	PE Unidades producidas	PE. Unitario \$
100 gramos	23.500,80	4.389,36	1.845,07	4.763,34	24.480	0,19
200 gramos	21.600,00	7.745,94	2.060,00	8.562,55	21.600	0,40
300 gramos	15.120,00	7.745,94	1.661,33	8.702,09	14.400	0,60
400 gramos	16.560,00	10.327,92	1.949,33	11.705,85	14.400	0,81
500 gramos	12.960,00	7.745,94	1.342,40	8.640,97	8.640	1,00
1000 gramos	7.200,00	5.163,96	735,47	5.751,46	2.880	2,00
<b>Suman:</b>	<b>96.940,80</b>	<b>43.119,05</b>	<b>9.593,60</b>	<b>48.126,26</b>	<b>86.400</b>	<b>0,56</b>

**Fuente:** *Elaboración propia*

### 11.3.3.7. Estado de pérdidas y ganancias para la microempresa “Nana-Flores”

El estado de pérdidas y ganancias para la microempresa “Flores –Nana” fue positivo con valores de \$36.112,54 para el primer año, para el segundo año la utilidad neta fue de \$36.975,51, para el tercer año \$37.738,39 en el cuarto año \$38.102,39 y el quinto año \$38.667,48. Los valores de las utilidades de los cinco años demostraron que el proyecto de elaboración y comercialización de harina de banano es viable en términos económicos, sobre todo por el bajo costo y la disponibilidad de la materia prima.

**Tabla 67. Estado de pérdidas y ganancias**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	96.940,80	98.537,68	99.720,13	100.916,77	102.127,77
Otras ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingreso Por Ventas	96.940,80	98.537,68	99.720,13	100.916,77	102.127,77
(-) Costo de Producción	50.839,05	51.266,69	51.708,00	52.163,19	52.632,51
Costos fijos	43.119,05	43.417,77	43.727,99	44.049,92	44.383,75
Costos variables	7.720,00	7.848,92	7.980,00	8.113,27	8.248,76
(=) Utilidad bruta	<b>46.101,75</b>	<b>47.270,99</b>	<b>4.8012,14</b>	<b>48.753,58</b>	<b>49.495,27</b>
(-) Part. Trab. (15%)	6.915,26	7.090,65	7.201,82	7.313,04	7.424,29
(=) Utilidad antes Imp.	39.186,49	40.180,34	40.810,32	41.440,55	42.070,98
(-) Impuesto a la Renta (22%)	8.621,03	8.839,67	8.978,27	9.116,92	9.255,62
<b>(=) Utilidad líquida</b>	<b>30.565,46</b>	<b>31.340,67</b>	<b>31.832,05</b>	<b>32.323,63</b>	<b>32.815,36</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### 11.3.3.8. Flujo de caja descontada para “Flores-Nana”

El flujo de caja proyectado para la microempresa “Flores - Nana” con sus respectivas proyecciones se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 68. Flujo de caja para la elaboración de harina de banano**

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por venta	Año 0	96.940,80	98.537,68	99.720,13	100.916,77	102.127,77
Costos variables		7.720,00	7.848,92	7.980,00	8.113,27	8.248,76
Costos fijos		43.119,05	43.417,77	43.727,99	44.049,92	44.383,75
Dep construcciones y vehículos		2.100,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00
Dep. maquinaria y equipos		2.978,44	3.493,64	3.493,64	3.493,64	3.493,64
Valor en libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Intereses		1.854,40	1.464,00	1.073,60	683,20	292,80
Utilidad bruta		<b>39.168,91</b>	<b>41.163,35</b>	<b>42.294,90</b>	<b>43.426,74</b>	<b>44.558,83</b>
Impuestos (22%)		8.621,03	8.839,67	8.978,27	9.116,92	9.255,62
Utilidad neta		30.547,89	32.323,67	33.316,63	34.309,82	35.303,21
Dep. construcciones y vehículos		2.100,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00
Dep. maquinaria y equipos		2.978,44	3.493,64	3.493,64	3.493,64	3.493,64
Terreno	0					
Construcciones	-2.000,00					
Capital de trabajo	-49964,34					
Inversión fija	-18844,86					
Prestamos	20000,00					
Capital propio	7272,25					
Amortizaciones		3.871,45	3.934,69	3.998,95	4.064,26	4130,65
Valor de desecho del proyecto						3.576,00
<b>Flujo de Caja</b>		<b>-48.809,20</b>	<b>31.754,87</b>	<b>33.032,63</b>	<b>33.961,32</b>	<b>34.889,20</b>
						<b>39.392,21</b>

Fuente: *Elaboración propia*

### 11.3.4. Estudio financiero

#### Objetivo general

Medir la rentabilidad financiera mediante indicadores financieros que muestren la viabilidad de la propuesta.

#### Objetivos específicos:

- Realizar el cálculo del VAN y TIR de la propuesta.
- Determinar el Beneficio /Costo y la PRI para la propuesta de la elaboración y comercialización de la harina de banano.
- Establecer determinar el ROE y ROA de la inversión.

#### 11.3.4.1. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Empleando el flujo de caja y un factor de descuento del 9,76% correspondiente a la tasa de interés del crédito bancario se obtuvo un VAN de \$34.079,58 y una TIR del 66% en los 5 años de duración del proyecto, valores que demostraron la viabilidad financiera en términos de rentabilidad.

**Tabla 69.** Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-68909,20					
Flujo de caja	-48.809	31.755	33.033	33.961	34.889	39.392
tasa de descuento		9,76%	9,76%	9,76%	9,76%	9,76%
Flujos netos		F1	F2	F3	F4	F5
Factor de descuento		0,9760	0,9526	0,9297	0,9074	0,8856
Flujo de caja descontado y acumulado	-48.809	32535,73	34677,16	36528,77	38449,59	44479,64
<b>VAN</b>	<b>34.079,58</b>					
<b>TIR:</b>	<b>66%</b>					

**Fuente:** Elaboración propia

### 11.3.4.2. Beneficio/Costo

Para obtener el valor de este indicador se utilizó la fórmula expuesta:

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos totales}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{498.243}{258.609}$$

Beneficio Costo= 1,93

El resultado obtenido se situó en 1,93, entendiéndose con ello que el propietario percibirá un beneficio de 0,93 ctvos. por cada dólar invertido en el proyecto de elaboración y comercialización de harina de banano.

### 11.3.4.3. Periodo de retorno de la inversión

**Tabla 70.** *Periodo de retorno de la inversión*

Periodo	Inversión	Flujo de caja	Flujo de caja acumulado
0	-68.909,20		
1		31.755	31.755
2		33.033	64.787
3		33.961	98.749
4		34.889	133.638
5		39.392	173.030

**Fuente:** *Elaboración propia*

Fórmula para el cálculo del periodo de retorno de la inversión:

$$\text{PRI} = 1 + (b - c/d)$$

Donde:

a: periodo anterior en que se recupera la inversión

b: Inversión inicial

c: Flujo anterior que se recupera la inversión

d: Flujo en el que se recupera la inversión

$$\text{PRI} = 1 + (68.909,20 - 31.755/33.033)$$

$$\text{PRI} = 2,12$$

En torno a los resultados de los cálculos se determinó que la inversión inicial será recuperada en 2 años, 1 mes y 2 días.

#### **11.3.4.4. WACC (Coste Promedio de capital)**

El coste promedio de capital se situó en un porcentaje del 13,63%, es decir la microempresa debe generar un retorno mayor a este porcentaje y como se pudo apreciar anteriores el porcentaje del retorno en la TIR fue mayor, al igual que en el ROE y ROA, evidenciando que la propuesta si es establecen términos financieros.

#### **11.3.4.5.ROA (Retorno sobre el Activo)**

Para conocer el Retorno sobre el Activo en la elaboración y comercialización de harina de plátano se empleó la siguiente fórmula:

$$\text{ROA} = \text{Ganancias netas} / \text{Activos totales} * 100$$

$$\text{ROA} = 30.562,46 / 68.268,06 * 100$$

$$\text{ROA} = 45\%$$

Los resultados obtenidos indican que la producción de harina de banano está generando 0,45 ctvos. por cada dólar invertido en activo, sugiriendo con ello que la empresa está utilizando los activos de manera efectiva en la generación de ingresos.

#### **11.3.4.6. ROE (Retorno sobre el Patrimonio)**

La fórmula empleada para el ROE fue:

$$\text{ROE} = \text{Ganancias netas} / \text{Patrimonio} * 100$$

$$\text{ROE} = 30.565,46 / 136536,12 * 100 = 22\%$$

Un ROE del 22% refleja que la empresa es muy eficiente en generar beneficios con el capital invertido, es decir que el patrimonio está siendo invertido de manera adecuada en la elaboración y comercialización de harina de banano por la microempresa “Nana-Flores”.

#### **11.3.4.7. Posibles escenarios**

Con este propósito se contempló dos posibles escenarios en el primero hipotéticos se planteó una reducción del 5% en los ingresos anuales y en el segundo caso un incremento del 5% en los costos variables. (Ver cálculos anexos 12).

**a. Disminución del 5% en los ingresos**

Con la disminución del 5% en los ingresos anuales se obtuvo un Valor Actual Neto de \$ 35.623,02 y una Tasa Interna de Retorno del 71%, manteniéndose en una rentabilidad financiera aceptable para el inversionista.

**b. Incremento del 5% en los costos variables anuales:**

Al incrementar los costos variables anuales en un porcentaje adicional del 5% a lo previstos se obtuvo un Valor Actual Neto de \$35.413,17 y una Tasa Interna de Retorno del 71%.

## **12. IMPACTOS**

El desarrollo de la investigación conlleva varios impactos los cuales se describieron en el siguiente apartado:

### **12.1. Impacto económico**

La elaboración y comercialización de harina de banano, supone un impacto económico positivo porque fomenta la creación de nuevas fuentes de empleo local, generando un aporte económico a sus familias a través de sus sueldos. También se ofrece una oportunidad para evitar el desperdicio de los excedentes del banano al ser adquiridos como materia prima, lo cual supone un ingreso extra para el productor bananero, potenciando la economía rural y empresarial en el cantón La Maná.

### **12.2. Impacto técnico**

El impacto técnico se apreció en la implementación de la propuesta basada en un estudio previo, donde se especificó de manera detallada el uso de tecnología, equipos, insumos e infraestructura adecuada con el fin de lograr eficiencia en la producción y garantizar la calidad de la harina de banano, además se promueve una adecuada estructura administrativa y legal, asegurando la competitividad de la microempresa “Flores-Nana”.

### **12.3. Impacto social**

EL desarrollo de la investigación tiene un impacto social relevante porque al ofrecer nuevas fuentes de empleo se está aportando a mejorar la calidad de vida de esas familias, proporcionando ingresos estables, otro hecho relevante a nivel social es que dentro de la plantilla de la mano de obra se contempló la contratación de personas recién graduadas que aporta al desarrollo de habilidades de varias profesionales del cantón. Al trabajar con productores de banano locales se fortalece el desarrollo rural, además se pone a disposición de la población un producto nutritivo libre colorantes a precios accesibles.

## 13. PRESUPUESTO

Tabla 71. *Presupuesto*

Actividades	Cantidad	Valor unitario	Primer semestre	Segundo semestre
			Abril -Agosto	Octubre - Febrero
<b>Recursos Humanos</b>				
Investigadores	2	\$150	\$300,00	\$300
Diseño de encuesta			\$0.00	\$0.00
Aplicación de encuesta			\$0.00	\$50.00
Tabulación de encuesta			\$0.00	\$50.00
<b>Subtotal</b>			<b>\$300</b>	<b>\$400,00</b>
<b>Recursos materiales</b>				
Impresiones	500	\$0.10	\$25.00	\$25.00
Anillados	5	\$3,00	\$15	\$15.00
Copias	200	\$0.05	\$5.00	\$5.00
Esferos	8	\$0.40	\$1.60	\$1.60
<b>Subtotal</b>			<b>\$46.60</b>	<b>\$46.60</b>
<b>Recursos tecnológicos</b>				
Pendrive	2	10	\$20	\$0.00
Internet	150	\$0.60	\$45.00	\$45.00
<b>Subtotal</b>			<b>\$65,00</b>	<b>\$45.00</b>
<b>Recursos varios</b>				
Alimentación	40	\$3,00	\$60.00	\$60.00
Transporte	60	\$1.00	\$60.00	\$60.00
<b>Subtotal</b>			<b>\$120.00</b>	<b>\$120.00</b>
			<b>\$531.60</b>	<b>\$611.60</b>
<b>Costo del proyecto de investigación</b>				<b>\$1143.20</b>
<b>Imprevistos 10%</b>				<b>\$114.32</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$1257.52</b>

Fuente: *Elaboración propia*

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 14.1. Conclusiones

- La oferta actual de harina de banano fue de 199.368 fundas y la demanda del mismo producto se situó en 962.349 fundas al realizar una deducción se pudo obtener una demanda insatisfecha de (341.608 fundas de 100 gramos), (334.496 fundas de 200 gramos), 19.555 fundas de 300 gramos) (38.895 fundas de 400 gramos) (50.121 fundas de 500 gramos). Los datos obtenidos en el estudio de mercado evidenciaron que existió un amplio mercado para emprender con el producto para ello se especificó un estudio del producto, plaza, precio y promoción que permitía realizar una comercialización adecuada.
- A través del estudio técnico se contempló captar un tamaño del proyecto de 86.400 fundas anuales, equivalentes a 24.480 fundas. para este propósito se consideró idóneo la ubicación de la planta de procesamiento en la parroquia El Carmen por su cercanía para la compra de materia prima, se crearán 4 fuentes de empleo entre operativos y administrativos, también se describió los requerimientos de equipo, maquinaria y aspectos legales necesarios para funcionar y operar como una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de harina de banano.
- El estudio económico para la microempresa “Flores-Nana” fue favorecedor por cuanto la inversión inicial requerida fue de \$ 68.909,20, contemplando los valores de la inversión fija (18.844,86) el capital de trabajo de \$49.964,34 y los gastos constitutivos de \$ 100,00 los cuales fueron financiados a través de un crédito bancario y aporte del emprendedor. Los costos fijos totales para el primer año fueron de \$43.119,05 y los variables totales fueron de \$7.720,00, mientras que la utilidad neta que reflejó el estado de resultado para el primer año del proyecto fue de \$30.565,46.
- El estudio financiero fue favorable para la propuesta de elaboración y comercialización de harina de banano en el cantón La Maná con un Valor Actual Neto de \$34.079,58 y una Tasa Interna de Retorno del 66%, así también el Beneficio Costo de \$1,93 como el Periodo de Retorno de Inversión en 2 años, 1 mes y 2 días, un WACC del 13,63% un ROE del 22% y una ROA del 45% confirmaron la viabilidad financiera de la creación de la microempresa.

## 14.2. Recomendaciones

- Es indispensable que se realice una evaluación de la competencia a través de un análisis detallado de los competidores existentes, evaluando sus fortalezas, debilidades, estrategias de marketing y precios para buscar soluciones diferenciadas que permitan captar nuevos clientes para la microempresa “Flores –Nana”.
- Para la parte administrativa y operativa es importante continuar investigando sobre los métodos de procesamiento de la harina de banano con miras al futuro de implementar tecnología adecuada que reduzca los costos operativos y aumente la productividad sin comprometer la calidad del producto.
- Efectuar una revisión continua de los presupuestos de ingresos y costos que permitan detectar anomalías y adaptarse ante posibles cambios del mercado en los precios de materia prima directa e indirecta como en rubros de otros costos y gastos.
- Revisar de manera periódica los resultados financieros y en caso de ser necesario ajustar las estrategias de operación que aseguren la sostenibilidad y crecimiento de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de harina de banano con la posibilidad de ampliar productos derivados del excedente del banano.

## 15. BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, E. (2023). *Metodología de la investigación aplicada a las ciencias de la salud y la educación*. Mawil Publicaciones de Ecuador. doi:<https://mawil.us/wp-content/uploads/2023/08/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Alvarado, D., Barreto, R., y Baque, M. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid- 19. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 2145-2164 p. doi:10.23857/pc.v6i3.2497
- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L., y Izquierdo, A. (2020). Plan de negocio para el emprendimiento de los actores y organizaciones de Economía Popular y Solidaria. *Revista Universidad y Ciencia*, 12(4), 120-125. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Bastidas, K., y Carrera, K. (2022). *Factores asociados en el proceso de producción y comercialización en la bananera Tres Hermanos del cantón La Maná año 2021*. UTC. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/1afb0238-56f0-4e77-a10d-153afff7e4f2/content>
- Bernedo, J. (2021). *Estudio técnico, económico y financiero para la implementación de una empresa comercializadora de equipos*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20322/Bernedo\\_Tapia\\_Josue\\_Estudio\\_Tecnico\\_Economico.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20322/Bernedo_Tapia_Josue_Estudio_Tecnico_Economico.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cámara Marítima del Ecuador. (39 de Enero de 2023). *MSC y Maersk abarcaron respectivamente el 25,9% y 19,9% de las exportaciones de banano de Ecuador en 2022*. Obtenido de <http://www.camae.org/banano-ecuatoriano/msc-y-maersk-abarcaron-respectivamente-el-259-y-199-de-las-exportaciones-de-banano-de-ecuador-en-2022/>
- Carrera, C., Vaca, A., & Rodas, R. (2019). *Plan de negocios*. Grupo Compás. doi:978-9942-33-237-0
- Cevallos, V., Esparza, F., Balseca, J., y Chafla, J. (2022). *Formulación y Evaluación de proyectos para financiamiento*. CIDE Editorial. Obtenido de <https://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/2073/5/Libro%20Formulacion%20y%20Evaluacion%20de%20Proyectos%20VF.pdf>
- Charles, H., Sanchez, R., & Ramírez, A. (2020). Formulación y evaluación de proyectos una reflexión para las Pymes de México. *Revista Ciencias Administrativas*, 16(1). doi:<https://doi.org/10.24215/23143738e067>

- Cruzado, M. (2019). *Plan de negocios para el sostenimiento de una empresa*. Universidad Nacional de Educación. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/4922/MONOGRAFIA%20MERY%20ROCIO%20CRUZADO%20MAZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fairtrade. (2023). *Los precios del banano caen en picada y los productores sufren. Esto es un problema*. Obtenido de <https://clac-comerciojusto.org/los-precios-del-banano-caen-en-picada-y-los-productores-sufren-esto-es-un-problema/>
- Gaytan, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Revista Mercados y Negocios*, 42(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5718/571864273008/571864273008.pdf>
- Gilces, K., y Méndez, S. (2019). Aproximación teórica a la elaboración de un plan de negocio. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 1(2), 13-25 p. doi: ISSN 2600-5832
- González, E., Ramírez, G., Serdán, K., Morales, C., y Scaffy, Y. (2022). Las microempresas como entes generadores de empleo en el Ecuador. *Digital Publisher CEIT*, 7(3), 86-95 p. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1073
- Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. *Revista Científica Recimundo*, 3(1), 163-173 p. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- León, J., M, E., Carvajal, H., y J., Q. (2023). Análisis de la producción y comercialización de banano en la provincia de El Oro en el periodo 2018-2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4981/7563>
- Martinez, J. (2019). El proceso de elaboración y validación de un instrumento de. *Revista Acción y Reflexión Educativa*, 1(44), 1-7. doi:1563-2911 / 2644-3775
- Medranda, J., y Soledispa, P. (2019). *Producción de Harina de Banano Orgánico y Comercialización hacia España*. Tesis de grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12324/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-511.pdf>
- Merizalde, C. (2019). *Diferenciación de un modelo de plan de negocios para un E-commerce en Colombia*. Universidad EAFIT. Obtenido de [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/16020/Carlos\\_Mauricio\\_Merizalde\\_2020.pdf?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/16020/Carlos_Mauricio_Merizalde_2020.pdf?sequence=2)

- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Resumen Ejecutivo de los Diagnósticos Territoriales del Sector Agrario*. Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica. Obtenido de [https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/Resumen-Ejecutivo-Diagn%C3%B3sticos-Territoriales-del-Sector-Agrario\\_14-08-2020-1\\_compressed.pdf](https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/Resumen-Ejecutivo-Diagn%C3%B3sticos-Territoriales-del-Sector-Agrario_14-08-2020-1_compressed.pdf)
- Molina, K., Molina, P., y Laje, J. (2019). La contabilidad de costos y su relación en el ámbito de aplicación de las entidades manufactureras o industriales. *Revista Ciencia e Investigación*, 4(1), 15-20 p. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3240566>
- Mora, C., Cano, P., Martínez, J., y Sánchez, D. (2019). De lo tradicional a un nuevo enfoque de microempresas: Modelo conceptual de alianzas estratégicas. *Acta Universitaria* 29, 29(2019), 1-13 p. doi:doi. <http://doi.org/10.15174.au.2019.2285> Publicado: 16 de octubre de 2019 Aceptado: 15 de febrero de 2019
- Moreno, C. (2021). *Plan de negocios para la instalación de una empresa productora de papa congelada con perfil circular en el cantón Pillaro*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32589/1/AL%20775.pdf>
- Moreno, E. (2022). *Los costos de producción y las ventas de las cajas de bano de explotación en la Agrícola Inecita del cantón La Maná*. Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37028/1/T5657i.pdf>
- Proaño, L. (2021). *Estudio de factibilidad para la transformación y comercialización de descarte de banano y el raquis, en suplemento alimenticio para el ganado bobino, La Maná Ecuador*. Proyecto Especial de Graduación, Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/server/api/core/bitstreams/0a7baf1e-b9fd-4cfb-9e4e-c84e9a0100da/content>
- Ramonez, G. (2022). *Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de incubación de huevos criollos y comercialización de pollitos en cantón Morona*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/17098/1/17T01734.pdf>
- Recalde, M. (2019). *Plan de negocio para la exportación de snack e infusión de Pitahaya orgánica deshidratada*. Universidad Casa Grande. Obtenido de

- <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1914/1/Tesis2091RECp.pdf>
- Reyes, A., Navarro, D., & García, F. (2021). *Plan de Negocios Enfocados a Proyectos de Investigación y Desarrollo*. Universidad Autónoma de Campeche. Obtenido de <https://cemieoceanico.mx/downloads/libros/Plan%20de%20NegociosVF.pdf>
- Rodríguez, G., Cano, E., y Ruiz, A. (2019). La competitividad en las microempresas en Manta 2019. *Revista San Gregorio*, 35(1), 51-69. doi:<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1141>
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la investigación*. Soluciones Klik. doi:6078682229, 9786078682225
- Secretaría Nacional de Planificación. (2024). *Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Sempertegui, B. (7 de Julio de 2022). *Conexión PUCE*. Obtenido de <https://conexion.puce.edu.ec/la-economia-de-los-recursos-naturales-se-analizara-en-la-puce/>
- SNIESE. (2020). *Manual SENIESE*. Obtenido de <https://www.puce.edu.ec/intranet/documentos/PISP/PISP-Areas-Subareas-Conocimiento-UNESCO-Manual-SNIESE-SENESCYT.pdf>
- Torres, T. (2019). En defensa del método histórico-lógico desde la Lógica como ciencia. *Revista Cubana de Educación Superior*, 39(2). doi:[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0257-43142020000200016](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142020000200016)
- Valladares, C., Guerrero, L., Toapanta, V., Arteaga, E., y Benítez, E. (2023). Aplicación de la relación beneficio - costo en la selección de los canales de distribución para las microempresas textiles en Ecuador. *Revista del Desarrollo del Sur de Florida*, 4(4), 1679-1687 p. doi:<https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/2699/2098>
- Vasquez, N. (2021). Análisis de los Estados Financieros y su incidencia en la toma de decisiones Hostal San Fernando E.I.R.L. Bagua Grande. *Universidad Señor de Sipán*, 109. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8430/Vasquez%20Vasquez%20Nery.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Vélez, E. (2023). *Análisis del costo del capital (WACC) de las cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1, radicadas en la ciudad de Quito, considerando factores Pestel en el período 2019-2022*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25478/4/TTQ1183.pdf>
- Villamar, A. (2022). *Impacto causado en las exportaciones del sector bananero en la provincia de El Oro año 2021*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23762/1/UPS-GT004053.pdf>
- Zambrano, C., y Alvarez, A. (2024). Comercialización de harina de banano (musa paradisiaca) en el cantón La Maná. *Pentaciencias*, 6(1), 11-19 p. doi:<https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/951/1319>