



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa que
Produzca y Comercialice Galletas a Base de Banano a Nivel Nacional
como Medida para la Utilización del Excedente de Producción del País.**

AUTORA:

Estrada Bravo, Jenniffer Estefanía

Trabajo De Titulación

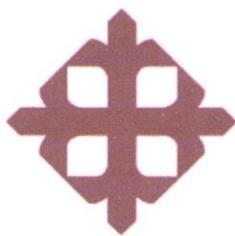
Previo a la Obtención del Título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TUTOR:

Ing. Miranda López, Jorge Luis.

**Guayaquil, Ecuador
2014**



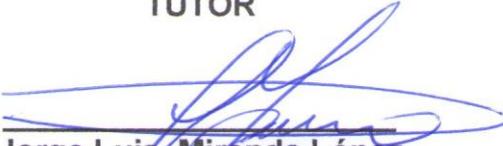
UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

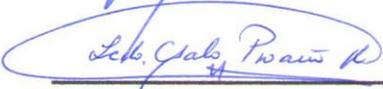
Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por
Jenniffer Estefanía, Estrada Bravo, como requerimiento parcial para la
obtención del Título de **Ingeniera En Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR



Jorge Luis, Miranda López

REVISOR(ES)



Galo Mario Alejandro, Proaño Rodríguez

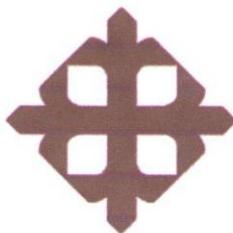
Norma Grace, Jiménez López

DIRECTOR DE LA CARRERA



Dr. Alfredo Govea M.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Mayo del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jenniffer Estefanía Estrada Bravo

DECLARO QUE:

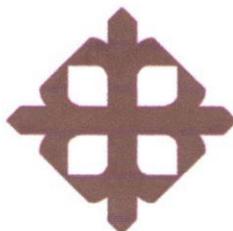
El Trabajo de Titulación "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que produzca y comercialice galletas a base de banano a nivel nacional como medida para la utilización del excedente de producción del país" previa a la obtención del Título de Ingeniera En Gestión Empresarial Internacional, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que *constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.* Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Mayo del año 2014

EL AUTOR (A)

Jenniffer Estefanía, Estrada Bravo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, Estrada Bravo, Jenniffer Estefanía

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que produzca y comercialice galletas a base de banano a nivel nacional como medida para la utilización del excedente de producción del país”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Mayo del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Jenniffer Estefanía, Estrada Bravo

AGRADECIMIENTO

En lo personal agradezco principalmente a Dios por bendecirme y porque sin el nada de esto fuera posible, agradezco a mis padres Modesto Estrada y Betty Bravo por ser mis pilares y mis guías, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por brindarme a profesores que compartieron su conocimiento y me prepararon para el futuro.

Jennifer Estefanía Estrada Bravo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios porque es quien me ha acompañado todo este tiempo, a mis padres por su apoyo incondicional y demostrarme que con esfuerzo todo se puede lograr, a mis hermanos Ronny y Alison quienes me ayudaron en todo momento, a mi abuelita Anatolia por estar siempre conmigo, a mi enamorado Oswaldo por sus consejos y su sabiduría y finalmente a mis amigas de universidad Angélica y Jessenia por su amistad y porque siempre estuvieron cuando las necesite.

Jenniffer Estefanía Estrada Bravo

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
ÍNDICE DE TABLAS	IX
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
RÉSUMÉ	XIII
INTRODUCCIÓN	1
1. EL PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4 JUSTIFICACIÓN	5
1.5 CONTENIDO POTENCIAL DEL ESTUDIO	6
CAPITULO 2	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES	7
2.2 MARCO CONTEXTUAL	8
2.3 MARCO LEGAL	11
2.4 PREGUNTAS A CONTESTARSE O INTERROGANTES	21
2.5 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.6 DEFINICIONES CONCEPTUALES	22
CAPITULO 3	23
3. METODOLOGÍA	23
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	25
3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	26
3.5 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
CAPITULO 4	27
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	27
4.1 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	27
CAPITULO 5	30
5. ESTUDIO DE MERCADO	30
5.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	30
5.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	30
5.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	31
5.3.1 Perfil del Consumidor	31
5.3.2 Mercado Objetivo	31
5.3.3 Mercado Potencial	33
5.3.4 Resultados del Grupo Focal	33
5.3.5 Resultados de la Encuesta	34

5.4	ANÁLISIS DEL ENTORNO NACIONAL.....	36
5.4.1	Político.....	36
5.4.2	Económico.....	37
5.4.3	Demográfico.....	37
5.4.4	Cultural.....	38
5.5	ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	38
5.5.1	Poder de Negociación de los Proveedores.....	38
5.5.2	Poder de Negociación de los Clientes.....	38
5.5.3	Amenaza de Productos Sustitutos.....	39
5.5.4	Amenaza de Nuevos Entrantes.....	39
5.5.5	Grado de Rivalidad.....	40
5.6	MARKETING MIX.....	40
5.6.1	Producto.....	40
5.6.2	Precio.....	40
5.6.3	Plaza o Distribución.....	41
5.6.4	Promoción.....	41
5.7	ESTRATEGIAS DE VENTA.....	43
5.7.1	Logo y Eslogan.....	43
	CAPITULO 6.....	43
6.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	43
6.1	MISIÓN.....	43
6.1.1	VISIÓN.....	43
6.2	FODA DE LA EMPRESA.....	43
6.3	CULTURA ORGANIZACIONAL.....	46
6.4	DISEÑO DE PUESTOS, FUNCIONES Y PERFILES.....	46
6.5	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	52
	CAPITULO 7.....	53
7.	FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.....	53
7.1.	Inversión Del Proyecto.....	53
7.2.	Financiamiento.....	54
7.3.	Gastos Administrativos.....	56
7.4.	Presupuesto de Sueldos.....	57
7.5.	Presupuesto de Activos Fijos.....	57
7.6.	Costos y Gastos.....	58
7.7.	Estado de Pérdidas y Ganancias Anual.....	60
7.8.	Balance General Anual.....	61
7.9.	Flujo de Caja.....	62
7.10.	Ingeniería Económica Real.....	62
7.11.	Análisis de Sensibilización.....	64
7.12.	Indicadores Financieros.....	64
	CONCLUSIONES.....	66
	RECOMENDACIONES.....	67
	Bibliografía.....	68
	ANEXOS.....	71
	ANEXO 1. Formato de la Encuesta.....	71
	ANEXO 2. Gráficos.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Fórmula de la Muestra	28
Tabla 2 Cálculo de la Muestra	28
Tabla 3 Segmentación de Mercado	31
Tabla 4 Rango de edades	32
Tabla 5 Matriz Interna y Externa	44
Tabla 6 Inversión Inicial	54
Tabla 7 Costo Promedio Ponderado de Capital	55
Tabla 8 Tabla de Financiamiento	55
Tabla 9 Amortización Gradual	56
Tabla 10 Gastos Administrativos y Ventas	57
Tabla 11 Presupuesto de Sueldos	58
Tabla 12 Presupuesto de Activos Fijos	58
Tabla 13 Presupuesto de Activos Diferidos	59
Tabla 14 Costos y Gastos	59
Tabla 15 Variables	60
Tabla 16 Costos de Producción	60
Tabla 17 Estado de Pérdidas y Ganancias	61
Tabla 18 Balance General Proyectado	62
Tabla 19 Flujo de Caja	63
Tabla 20 Evaluación Financiera	64
Tabla 21 Análisis de Sensibilización	65
Tabla 22 Índices de Liquidez	65
Tabla 23 Razones de Endeudamiento Indicadores de Rentabilidad	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Evolución de Exportaciones del Sector Bananero	9
Gráfico 2 Diagrama del Método Inductivo- Deductivo	24
Gráfico 3 Diagrama del Método Estadístico	25
Gráfico 4 Distribución de las Personas por Género.	34
Gráfico 5 Distribución por Rango de Edades.....	35
Gráfico 6 Tasa de Crecimiento.....	38
Gráfico 7 Consume Galletas.....	73
Gráfico 8 Conoce los Beneficios del Banano.....	73
Gráfico 9 Que le Parece la Idea de una Galleta a Base Banano Excedente	74
Gráfico 10 Frecuencia que la Compraría	74
Gráfico 11 Cuanto Estaría Dispuesto a Pagar por un Paquete de Galletas.....	74
Gráfico 12 Seleccione una Marca de Galletas que Consuma a Menudo	75
Gráfico 13 Al momento de Comprar Galletas en que se Fija	75
Gráfico 14 Donde Acostumbra a Comprar Galletas	75

RESUMEN

El siguiente proyecto está orientado al estudio de factibilidad de la creación de una empresa que produzca y comercialice galletas a partir del banano, y como medida principal el uso del excedente de producción para su fabricación.

En la elaboración de las galletas se necesita el banano como materia prima, esta fruta es producida en grandes cantidades en el Ecuador, país considerado como uno de los más grandes exportadores de este fruto a nivel mundial.

Una de las ventajas competitivas del proyecto es la utilización del banano excedente, que muchas veces se pierde o se desperdicia, para la elaboración de galletas.

Para poder emprender el proyecto de manera correcta y ordenada se necesita la creación de un organigrama el cual contara con diferentes personas especializadas en múltiples departamentos como lo son los de recursos y materiales, finanzas, legal, etc.

Por otra parte el presente estudio determina la viabilidad del negocio de acuerdo a los parámetros financieros más importantes, el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) que demuestran los beneficios para los inversionistas de este proyecto, la inversión se recuperaría al cabo de tres años.

Finalmente, este proyecto promueve el empleo al mismo tiempo que da valor al banano otra cara y uso como materia prima para la producción de las galletas ya que tradicionalmente solo se lo considera una fruta.

Palabras Claves: Galletas, Banano, Excedente de Producción, Ecuador, Exportación, Materia Prima.

ABSTRACT

The following project is oriented to the study of the viability in the creation of an enterprise that will produce and commercialize banana-based cookies, using the exceed of this fruit as the materials for their production.

The most important material is, in fact, the bananas, fruit that is vastly produced in Ecuador, being one of the countries with the most exports worldwide. One of the advantages of this project is that it's going to use the exceed of exportations that most of the time is get wasted just for not being used.

This Project will start with an organization will specify the different people working in the different areas like, resources, finances, legal department, etc.

This study will be made using the parameters of the NVP (net present value) and of course the IRR (internal rate of return) to show the different economic benefits to the investors, and the investment will be paid and will generate income in about 3 years from the start.

Finally, this project will generate work and employment and on the same time it will give a new value for the banana to the world.

Keywords: Cookies, Banana, Exceed of production, Ecuador Exports, raw materials.

RÉSUMÉ

Le projet suivant vise à étudier la faisabilité de créer une entreprise qui produit et commercialise des biscuits de la banane, et utiliser l'excédent comme la principale mesure de fabrication.

Pour élaborer des biscuits, la banane est nécessaire comme matière première, cette fruit est produite en grandes quantités dans l'Équateur, un pays considéré comme l'un des plus grands exportateurs du monde.

L'un des avantages concurrentiels du projet est l'utilisation de bananes excédentaires, souvent perdue ou gaspillée, pour faire des biscuits.

Pour entreprendre le projet correctement est nécessaire la création d'une organisation ordonnée qui disposent des personnes qualifiées dans plusieurs départements comme eux des ressources, des finances, juridique, etc.

Le présent étude a déterminé la faisabilité de l'entreprise selon les principaux paramètres financiers, la valeur actualisée nette (VAN) et le taux de rendement interne (TRI) qui démontrent les avantages pour les investisseurs de ce projet, l'investissement se récupérerait trois ans plus tard.

Enfin, ce projet favorise l'emploi et l'utilisation la banane comme matière première pour la production de biscuits, puisque traditionnellement elle est seulement considérée comme une fruit.

Mots Cloue: Biscuit, banane, l'excédent de production, l'Équateur, exportations, Matière première.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador las exportaciones de banano son una fuente importante de divisas, así mismo existe cantidad de banano sin ser vendido, lo que conlleva a un excedente que la mayoría del tiempo se convierte en desechos.

Este recurso motiva a buscar una forma de industrializar generando la oportunidad de nuevas plazas de trabajo y la disminución de la contaminación.

Por esta razón el proyecto busca implementar una empresa que fabrique y comercialice galletas a base de banano usando el excedente para su producción, existen marcas que están muy bien posicionadas en la mente del consumidor, entrar a este mercado representa un reto de emprendimiento para este producto.

Esta propuesta la financiaran los inversionistas que han observado ventajas competitivas en el negocio y las diversidades que existen en el mercado ecuatoriano, cabe mencionar la importancia del desarrollo de productos innovadores y la marcha de organizaciones que busquen ganar rentabilidad.

Por otra parte este producto requiere de diferentes estudios los cuales se desarrollaran en los diferentes capítulos del proyecto.

El primer capítulo comprende el problema del proyecto con su respectivo planteamiento y formulación, también sus objetivos e importancia.

El segundo capítulo muestra el marco teórico, los antecedentes de la investigación, el marco legal y contextual, las preguntas, variables que se realizan para ver dónde se dirige el proyecto y el marco conceptual que comprende significados de los términos difíciles de entender.

El tercer capítulo está compuesto por la metodología entre ellos los diferentes métodos, tipos y técnicas de investigación y los instrumentos que se usaran entre ellos la encuesta y el grupo focal.

El cuarto capítulo analiza e interpreta los resultados del anterior capítulo, y determinara el nivel de aceptación del producto en el mercado.

El quinto capítulo estudia los diferentes análisis que necesita la empresa para comenzar su funcionamiento como el análisis de la oferta y demanda del mercado, el análisis del entorno nacional ya que la industria estará ubicada en el Ecuador, el análisis de las cinco fuerzas de Porter que determinaran las posibles amenazas de la empresa así como también el poder que tendrá frente a sus proveedores y consumidores y por ultimo sus estrategias de venta.

El sexto capítulo señala la misión y visión de la empresa, el análisis de los factores internos y externos que la compañía pueda enfrentar y estar preparada ante cualquier situación que se le presente.

La estructura organizacional de la empresa respecto al organigrama que permitirán conocer los perfiles y funciones de las personas a cargo de los diferentes departamentos y el ambiente del trabajo en que se desempeñaran.

El ultimo capitulo estará compuesto por el estudio financiero del proyecto mostrará la inversión inicial, el capital social, los presupuestos de ingresos y gastos totales, así como los estados financieros. A través del cálculo de la Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de Recuperación de la Inversión se podrá determinar la viabilidad del proyecto.

Uno de los aspectos importantes del proyecto es impulsar el mercado ecuatoriano dando un buen uso a los desechos de banano, alimento que tiene alto nivel de proteínas, vitaminas y que es desperdiciado por su mal manejo. Los pequeños productores son uno de los tantos que serán beneficiados por el producto ya que recibirían un ingreso adicional por los desechos de esta fruta.

EL CAPÍTULO 1

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de que Ecuador es uno de los mayores exportadores de banano atraviesa por problemas económicos debido a los excedentes de producción de esta fruta, su desperdicio es uno de los problemas que enfrentan los agricultores, debido a que éste no cumple con los requisitos para la exportación, lo que dificulta la venta de la misma.

El proceso de exportación de esta fruta comienza su producción en las haciendas, aquí la fruta es seleccionada y embalada para posteriormente ser exportada. La fruta que no cumple las especificaciones correctas no es seleccionada y se la usa para consumo interno o suele ser desechada. El residuo de esta fruta imposibilita al sector productor la colocación del producto a nivel nacional, provocando caída de precios y volúmenes en la exportación.

De acuerdo con cifras del Ministerio del ramo, el Ecuador posee cerca de 12 mil productores y 140 compañías exportadoras. La producción es de unas cuatro millones de cajas semanales.

Para la Economía de un país es recomendable que las pérdidas de alimentos se mantengan en porcentajes mínimos, independientemente de su desarrollo económico y ambiental. En los países con ingresos medianos y altos existe un gran porcentaje de residuos que se llevan a cabo al principio de la cadena de suministro, a diferencia de los países con ingresos bajos que se pierden en las etapas desde la producción al procesamiento.

Los agricultores muchas veces exceden las cantidades acordadas anticipándose al mal tiempo o ataques de plagas y terminan produciendo mayores cantidades a las que realmente son necesarias. En este caso ese excedente de producción se lo vende a procesadores de alimentos o se lo usa utiliza como comida para los propios animales. Este dilema afecta económicamente al país puesto que los precios a los que son vendidos se vuelven menores.

El ex ministro ecuatoriano de Agricultura, Sergio Seminario, expresó *“El país necesita ser más productivo y competitivo para mantener su posición como primer exportador, y eso nos lo va a dar la investigación”*.

La creación de las galletas de banano permitirá aumentar los ingresos, la calidad, el desarrollo económico, combatir el hambre y mejorar el medio ambiente.

En ocasiones, las industrias arrojan los residuos en vez de reutilizarlos lo que provoca desperdicio de alimento y contaminación ambiental, este sobrante muchas veces se puede utilizar para el consumo humano como lo es el banano quien al pasar el tiempo va aumentando su valor nutritivo.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la creación de una empresa que produce y comercializa galletas a base banano y de qué manera beneficia al país la utilización de su excedente productivo?

VARIABLE: Producción de galletas

VARIABLE: Comercialización de galletas

VARIABLE: El excedente productivo

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Estudiar la Factibilidad de implementar una empresa orientada a la producción y comercialización de galletas a base de Banano a nivel nacional.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Diseñar la metodología de investigación para el análisis de la propuesta de inversión.
- Determinar las posibilidades de introducción y comercialización del producto mediante un estudio de mercado.
- Establecer una estructura organizacional de la empresa para un manejo adecuado de procesos y toma de decisiones.
- Establecer la rentabilidad del proyecto a través de los diferentes estados financieros determinando así su factibilidad.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El presente documento intenta demostrar de manera clara un proyecto de investigación que contiene trascendencia científica, debido a que; aplicaré los diversos conceptos que a través del transcurso de la carrera he aprendido. Además del ámbito social ya que se puede determinar el nivel de aceptación por parte de los consumidores.

La situación económica que afronta el país permite que se planteen diferentes opciones para generar fuentes de empleo, las cuales posibilitan el desarrollo del mismo.

La creación de una empresa que produzca y comercialice galletas a base de banano a nivel nacional es una nueva alternativa en cuanto se refiere a productos innovadores. A más de ofrecer un producto con un sabor diferente y valor nutricional, ayuda a la economía del país debido a su aprovechamiento de los excedentes de Banano.

Las exportaciones de banano para el Ecuador son una fuente importante para generar dinero, pero la inversión en nuevas plantaciones ha llevado a cabo un exceso en la oferta lo que produce una reducción de precios.

La cantidad de excedente de banano es alta y esto a la larga se convierte en desechos, este recurso motiva a que se encuentre su industrialización para disminuir la contaminación.

En el país se encuentran varios tipos de galletas, pero ninguna que utilice el residual como parte de su producción, nuestra nación cuenta con la materia prima para su debida elaboración y comercialización. Asimismo el banano contiene las propiedades necesarias que ayudan a elevar los niveles de energía de manera inmediata, sostenida y sustancial.

Este documento puede ser de gran ayuda como fuente de investigación y consulta a futuros estudiantes de diferentes carreras y universidades.

Finalmente con este producto se busca reducir las grandes pérdidas económicas y daño a los recursos naturales debido a la merma de materia prima utilizándola en su elaboración, mientras que contribuye al medio ambiente disminuyendo su daño al clima, tierra, agua y biodiversidad.

1.5 CONTENIDO POTENCIAL DEL ESTUDIO

- Constituye un tema de negocio
- Impacto económico debido a la utilización de los excedentes de producción en el producto.
- Mayor reconocimiento y utilización del banano mediante este producto.
- Impacto ambiental por la correcta gestión del banano como recurso principal.
- Impacto social por la colaboración del gobierno nacional que nos proveerá el banano a un precio menor.

CAPITULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

El Ecuador es un país que alcanza los 15 millones de habitantes y cuenta con un producto interno bruto de 84.53 miles de millones USD cuyo principal aporte económico es el banano, este sector ocupa el 32% del mercado

Ecuador es el primer proveedor de banano, también exporta productos semielaborados de banano como: Puré, harina, deshidratados y chifles. Esta actividad incluyendo todo el proceso de elaboración, comercialización y exportación constituye el mayor porcentaje de empleos.

El Banano está ubicado como el cuarto cultivo alimentario más importante del mundo, después del arroz, el trigo y del maíz y es considerado como un alimento esencial para llevar una alimentación sana, ya que contribuye a la nutrición básica de millones de personas en gran parte del mundo.

Es de destacar que el 10% de la producción de banano se desperdicia debido a que no cumple con los debidos parámetros de calidad, y se observa el llamado rechazo, mismo excedente que se lo podría utilizar en la elaboración de otros productos como por ejemplo: Jugos, papillas, galletas etc.

Como menciona el Director General de la Organización para la Agricultura y la Alimentación José Granizo de Silva *“No podemos permitir que un tercio de todos los alimentos que producimos se pierda o desperdicie debido a prácticas inadecuadas, cuando 870 millones de personas pasan hambre todos los días”*.

El mercado ecuatoriano está dominado por una variedad extensa de productos a base de banano que tienen buena aceptación por parte de los consumidores pero sus características nutricionales no ofrecen los beneficios necesarios para quienes los consumen.

El producto a desarrollarse tiene como su principal elaboración la utilización del banano como materia prima, que es la fruta base a partir de su transformación a las galletas a comercializarse.

En cuanto a la producción del banano, es de dos cosechas por año y tiene que tener un periodo de crecimiento de tres años a partir de su siembra. Se puede obtener la materia prima en algunas plantaciones entre ellas las de la Provincia de El Oro, Guayas, Los Ríos.

Ecuador es el país con más nivel de exportación de esta fruta, en la actualidad se exportan 270 millones de cajas de banano al año, mientras el segundo competidor (Costa Rica) apenas coloca 100 millones de cajas en los mercados.

Las ventajas del proyecto es que necesita esencialmente del banano para su elaboración y dicha producción está disponible todo el año debido a la latitud 0 en que él Ecuador se asienta, de igual manera las galletas utilizan el excedente de la fruta y de su sobrante generado en las plantaciones y que no califican a la exportación.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

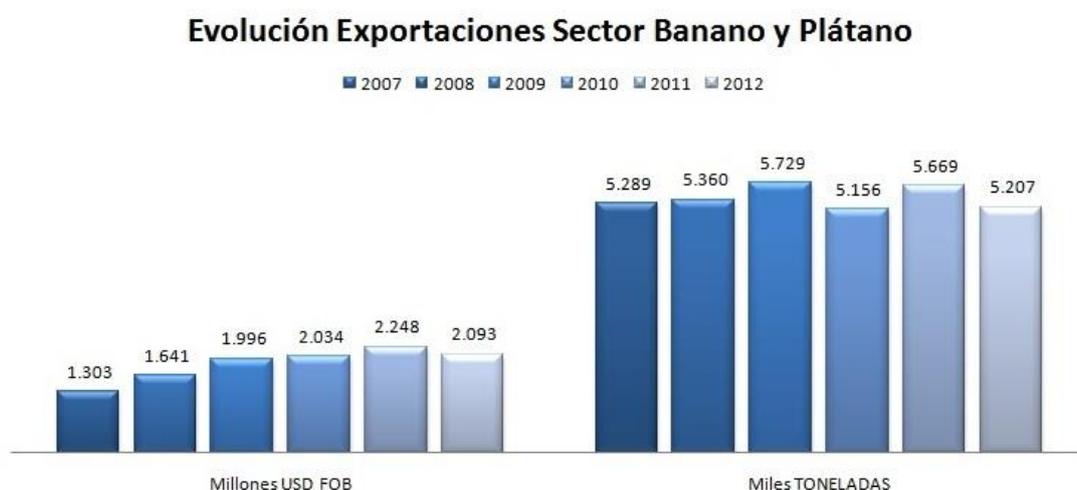
En el proyecto para la elaboración de las galletas se utiliza el banano como materia prima, esta fruta es rica en potasio, calcio, magnesio, fósforo, hierro y en vitaminas A, B, C y E. Es un alimento de primera necesidad más importante en los niños, y deportistas por su alto valor nutritivo.

Frison y Sharrock (2000) señalan que en comparación a otros productos como el ñame existe un menor costo en la producción del banano.

La producción y comercio de banano en el Ecuador ofrece un empleo directo a miles de personas, la presencia de Ecuador en el comercio mundial representa el 30%, siendo el mayor exportador en el mundo.

Esta fruta representa el 10% de las exportaciones totales al ser de mayor demanda por consumidores de los mercados más exigentes y también por su alto grado de nutrición es utilizada como dieta para las personas.

Gráfico 1: Evolución Exportaciones Sector Banano y Plátano



Fuente: ProEcuador

La producción bananera del Ecuador, se ubica en diez provincias El Oro, Guayas, Los Ríos, Cotopaxi, Esmeraldas, Cañar, Pichincha, Azuay, Bolívar y Manabí. Las haciendas de cada provincia tienen una rigurosa selección de banano tanto para el mercado nacional como de exportación.

La Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador informa que existe una superficie de 127 mil 185,2 hectáreas al año, de esta superficie bananera del año 1997 y según la misma fuente informativa, 87 mil 741,0 hectáreas esto es el 70,6 % son tecnificadas; 23 mil 524,6 hectáreas, esto es el 18,5 % son semitecnificadas; y 13 mil 819,6 % son No tecnificadas.

La implementación de una empresa que utilice el excedente de banano para la elaboración de galletas ofrece una serie de ventajas tales como el de dar un buen uso a este alimento con alto nivel de proteínas, utilizar la materia prima con más porcentaje de exportación en el Ecuador, disminución de los desechos y beneficios para los pequeños productores quienes obtendrían un ingreso adicional por la venta de sus excedentes.

Se conoce como excedente a la capacidad de producción no utilizada en relación con la capacidad disponible. En el mercado disponemos de varios excedentes entre los más importantes el del consumidor y productor.

Pasqual (1999, p.129) afirma que: *“El excedente del consumidor es la valoración bruta de la cantidad consumida de un bien menos el coste en el que ha tenido que incurrir para poder consumir esta misma cantidad, todo ello en términos monetarios.”* (P. 129)

También se refiere al excedente del productor como *“La diferencia entre el ingreso total percibido y el coste total de producir la cantidad vendida.”* (P. 129)

Las teorías de los excedentes ayudan a determinar quién será el beneficiado en el mercado, por ejemplo si encontramos en un mercado la producción de un bien aumenta de tal forma que el precio decrece, sería como conclusión que las personas que consumían tal producto se beneficiarían porque pagarían menos que antes.

Uno de los principales problemas que afronta el Ecuador es el excedente de producción el cual se debe al mal manejo de los residuos en este caso del banano. Este proyecto aprovechara ese excedente para la fabricación de las galletas, estos residuos no son exportados pero son aptos para el consumo humano y en varias ocasiones es desperdiciado.

Existen algunos estudios que ya han sido aceptados por los consumidores como lo es el caso de la elaboración de vinagres de fresas por doble fermentación que no incluye aditivos aromáticos y aprovecha los excedentes de la fruta de segunda calidad.

En España se llevó a cabo una obra social gracias a clientes y empleados de “La Caixa” fundación comprometida con los derechos humanos. Este proyecto consistía en que personas de escasos recursos recibieran productos como zumos concentrados, compotas y mermeladas. Estos productos eran elaborados a base de excedente de frutas, las mismas que fueron recaudadas mediante donativos.

Los estudios realizados fueron productos elaborados a base de excedentes, probados y aceptados por los consumidores, el producto a desarrollarse será elaborado de igual manera con el banano como materia.

2.3 MARCO LEGAL

Para el desarrollo de este proyecto se requiere la aplicación de leyes, reglamentos y regulaciones para su ejecución.

Ley de compañías

Art. 1.- Se considera un contrato en el cual dos personas o más reúnen su dinero capital para formar una compañía y generar utilidades a corto o largo plazo.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Código de comercio

Art. 2.- Son personas naturales y jurídicas las que se encuentran residentes en el Ecuador ya sea que hayan vivido en el país o en el extranjero, que realicen también actividades comerciales.

El código de comercio establece las relaciones entre el comercio y el comerciante para su efecto los comerciantes estarán obligados a seguir detenidamente los artículos de acuerdo a sus obligaciones, actos y contratos.

Periodo tributario

El ejercicio impositivo es anual y va del primero de enero al treinta y uno de diciembre.

Se cierra el 31 de diciembre de cada año.

Ley de Régimen Tributario

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es el organismo que encarga de regular y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de todas las sociedades, instituciones públicas, importadores y de personas naturales y jurídicas que ejerzan actos de comercio.

Registro Único de Contribuyentes

El registro único de contribuyentes esta conformado por 13 números y es diferente de acuerdo al tipo de contribuyente, ayuda a que la empresa marche de manera estable y normal cumpliendo con las normas establecidas en el código tributario de acuerdo a los impuestos.

El RUC muestra la dirección en la que se encuentra la empresa, n que lugares se realiza su actividad económica y la descripción de las mismas, etc.

Registro Sanitario

El registro sanitario para alimentos procesados o aditivos, es otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y las Direcciones Provinciales y es válido por 7 años.

El capítulo II del Registro Sanitario son para los alimentos procesados del Art 4 al Art 19 habla sobre la calidad, origen, cantidad de alimento envasado. Todos los alimentos deberán estar conformes a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente y cumplir con el reglamento técnico ecuatoriano, los etiquetados también cuentan con sus respectivas prohibiciones.

Normas ISO (International Standarization Organization)

ISO 9000

Las normas proporcionan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que quieren asegurarse de que sus productos y

servicios cumplen consistentemente los requerimientos del cliente, y que la calidad se mejora constantemente.

Esta norma está orientada al cliente a la buena gestión de calidad y la mejora continua para brindar a los clientes un producto que vaya más allá de sus expectativas en calidad y servicio.

Objetivos de la Norma ISO 9000

- Satisfacer al cliente y al mismo tiempo la organización logre una buena calidad en su producto o servicio, reduciendo costos y aumentando la productividad para lograr ser competitivo en el mercado.
- Proporcionar a los clientes o usuarios la seguridad de que el producto o los servicios tienen la calidad deseada, concertada, pactada o contratada.
- Proporcionar a la dirección de la empresa la seguridad de que se obtiene la calidad deseada.

ISO 9001

Explica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando en un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en el diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio posventa del producto.

ISO 9003

Explica la inspección de los proveedores en la parte final del producto.

ISO 9004

Da a conocer los factores técnicos administrativos y humanos que pueden afectar la calidad del producto.

Permisos de funcionamiento

Patente Municipal

Se lo necesita para poder ejercer un negocio en la ciudad

Permiso de Dirección de Higiene Municipal

Se realizan exámenes a los empleados de las empresas para comprobar su estado de salud, es de suma importancia ya que somos una empresa que proporcionamos un producto masivo.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

PLAN DEL BUEN VIVIR

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población

La vida digna requiere acceso universal y permanente a bienes superiores, así como la promoción del ambiente adecuado para alcanzar las metas personales y colectivas.

En el Ecuador la desnutrición crónica infantil, que reduce irreversiblemente el desarrollo intelectual y psicomotor de los niños menores de 5 años, continúa afectando al 26% de los niños.

El 23% de los adolescentes sufre de obesidad y sobrepeso (llega a más del 50% de la población nacional) el sobrepeso en niños de cinco a 11 años de edad.

Entre las políticas y lineamientos estratégicos que la empresa pondrá en práctica se encuentran:

3.6 Promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e Intelectual acorde con su edad y condiciones físicas

- Detallar en los ingredientes del producto los porcentajes de grasa, de calorías y sus estándares nutricionales para que el cliente este consiente de lo que está consumiendo.
- Realizar campañas en contra de la obesidad y la desnutrición infantil para lo cual la empresa estará ligada a fundaciones con el fin de aportar el producto para su consumo diario.
- Normar, regular y controlar la preparación, distribución y comercialización de las galletas a base de banano.
- Controlar rigurosamente el ingreso de la materia prima y los otros alimentos necesarios para la elaboración de las galletas.
- Incluir las galletas en una dieta saludable.
- El producto sea exportado en un futuro para dar a conocer sobre sus propiedades nutritivas

3.8. Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyente.

- Garantizar que los empleados, proveedores y clientes se encuentren en un espacio seguro con maquinarias seguras que no provoquen daños ni enfermedades y con una infraestructura adecuada.
- Las personas pertenecientes a la organización estarán afiliados al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).
- Fomentar el respeto y los empleados deberán cumplir el reglamento de la organización.
- Garantizar la seguridad y vigilancia en el plantel de trabajo.

- Utilizar los materiales de forma responsable para su producción.
- Generar espacios de participación por parte del personal en la toma de decisiones.
- Hacer cumplir la cultura organizacional y responsabilidad social de la empresa.

3.10. Garantizar el acceso universal, permanente, sostenible y con calidad a agua segura y a servicios básicos de saneamiento, con pertinencia territorial, ambiental, social y cultural

- Personal adecuado para la limpieza de los baños, purificadores de agua, y limpieza adecuada de alimentos.
- Propiciar la elaboración e implementación de seguridad de agua para garantizar el consumo de agua saludable.
- Clasificar los desechos de basura mediante el reciclaje.

3.12. Garantizar el acceso a servicios de transporte y movilidad incluyentes, seguros y sustentables.

- Incentivar el uso de transporte por parte de la compañía.
- Establecer un horario adecuado para que todo el personal tenga facilidad de movimiento.
- Transportación segura con chofer calificado.
- Bus en excelentes condiciones, respetando el límite de pasajeros.
- Controlar las regulaciones establecidas.

Metas

- Revertir la tendencia de la incidencia de obesidad y sobrepeso en niños y adultos.
- Erradicar la desnutrición.

Otras metas

- Promover la seguridad de los empleados por medio del IESS.
- Brindar un excelente servicio de transporte.

Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

Ecuador asume el liderazgo mundial en el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, como una respuesta contundente a su estado actual, orientando sus esfuerzos al respeto integral de su existencia, a su mantenimiento y a la regeneración de sus ciclos vitales y procesos evolutivos.

7.1. Asegurar la promoción, la vigencia y la plena exigibilidad de los derechos de la naturaleza

- Fortalecer el Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental y asegurar una acción coordinada entre los diferentes niveles de Gobierno, funciones del Estado y las instituciones administrativas y legales pertinentes, con el involucramiento del sector privado, las universidades y organizaciones sociales, para garantizar el cumplimiento y la exigibilidad de los derechos de la naturaleza.
- Diseñar y aplicar un sistema integrado de seguimiento, control y monitoreo del cumplimiento de los derechos de la naturaleza.
- Consolidar el posicionamiento de la Declaración Universal de los Derechos de la Naturaleza, y de la gestión sustentable de los bienes comunes globales, en las negociaciones internacionales y los espacios de integración regional

7.3. Impulsar la generación de bioconocimiento como alternativa a la producción primario-exportadora.

- Fortalecer los mecanismos de eco etiquetado, trazabilidad y esquemas de certificación de sostenibilidad, en especial de los organismos vivos, para favorecer el comercio de los productos y servicios basados en el bioconocimiento.

7.8. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y pos consumo

- Fomentar el uso de tecnologías limpias y la incorporación de enfoques de economía circular en las actividades de extracción, producción, consumo, y pos consumo, a fin de reducir la contaminación ambiental.
- Promover y regular el cumplimiento de prácticas de responsabilidad social y ambiental adecuadas.
- Reforzar e incentivar el tratamiento de aguas residuales de uso doméstico, industrial, minero y agrícola, a fin de disminuir la contaminación en los sitios de descarga y de cumplir con las normas, regulaciones y estándares de calidad ambiental.

7.9. Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta.

- Consolidar mecanismos de responsabilidad social y ambiental extendida del productor, que sean diseñados con la participación de los consumidores para reducir el impacto ambiental del consumo de bienes y servicios.
- Optimizar el reciclaje y la clasificación en la fuente de los residuos, y disminuir el uso de embalajes innecesarios, fomentando su reutilización.
- Establecer esquemas de certificación públicos, progresivos y voluntarios, así como normas de etiquetado que informen a los

consumidores sobre los valores sociales, culturales y ambientales de los productos.

- Establecer y fortalecer espacios de comercialización de bienes y servicios sustentables, en particular de productos orgánicos, con pertinencia cultural y criterios de comercio justo, social y solidario, en las áreas urbanas y rurales.

Metas

- Aumentar la superficie de restauración forestal mediante la cultivación de árboles.
- Aumentar el porcentaje de organizaciones que clasifican sus desechos, orgánicos, plásticos y papel.

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

El trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

9.1. Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos

- Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas.⁴
- Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.

9.2. Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencie sus capacidades y conocimientos.

- Fortalecer los programas enfocados en la incorporación de jóvenes al mercado laboral, ya sea a través de un primer empleo o de forma remunerada, a través de pasantías, las mismas que requieren de validación como experiencia profesional.
- Profundizar el conocimiento emancipador, como fuente de innovación y desarrollo de formas de producción alternativas que generen trabajos con valor agregado.

9.3. Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales

- Fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo, estabilidad laboral de los trabajadores y las trabajadoras, así como el estricto cumplimiento de los derechos laborales sin ningún tipo de discriminación.
- Asegurar el pago de remuneraciones justas y dignas sin discriminación alguna que permitan garantizar la cobertura de las necesidades básicas del trabajador y su familia, y que busquen cerrar las brechas salariales existentes entre la población.
- Establecer mecanismos que aseguren entorno laboral accesible y que ofrezcan condiciones saludables y seguras, que prevengan y minimicen los riesgos del trabajo.
- Impulsar mecanismos de diálogo y mediación laboral, para garantizar la resolución justa de conflictos
- Promover políticas y programas que distribuyan de forma más justa la carga de trabajo y que persigan crear más tiempo disponible, para las personas, para las actividades familiares, comunitarias y de recreación.

9.5. Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral

- Fomentar la capacitación tanto de trabajadores y trabajadoras, como de personas en búsqueda de trabajo, con el objeto de mejorar su desempeño, productividad, empleabilidad, permanencia en el trabajo y su realización personal.
- Fortalecer la normativa para el desarrollo de la formación ocupacional capacitación para el trabajo, superando formas estereotipadas o sexistas de ocupación laboral.
- Incluir en los programas de capacitación para el trabajo, instrumentos que permitan la recuperación, fortalecimiento y transferencia de conocimientos, tecnologías, buenas prácticas y saberes ancestrales, en la producción de bienes y servicios.

Metas

- Disminuir el subempleo.
- Alcanzar el porcentaje estimado en ocupación plena.
- Reducir el desempleo juvenil.
- Erradicar el trabajo infantil.
- Alcanzar el porcentaje de trabajadores capacitados
- Aumentar el porcentaje de personas afiliadas a la seguridad social.
- Aumentar el porcentaje de familias que cubren la canasta básica.

2.4 PREGUNTAS A CONTESTARSE O INTERROGANTES

- ¿Cuál sería el impacto económico que da las galletas a base de banano?
- ¿Cómo aportara a la sociedad la creación de esta empresa?
- ¿Cuál sería la aceptación de esta empresa por parte de la población?

2.5 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable Independiente

Creación de una empresa que produzca y comercialice galletas a base de banano.

Variable Dependiente

Máxima satisfacción al cliente.

2.6 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Cupcakes

Pequeña porción de tarta, se hornean en un molde al igual que las magdalenas.

Excedente de Producción

Residuos de alguna fruta que no es exportada por no cumplir con los requisitos establecidos ya sea de aspecto, forma etc.

Ñame

Nombre de plantas con tubérculos comestibles.

CAPITULO 3

3. METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según Trochim (2005), el diseño de la investigación “es el pegamento que mantiene el proyecto de investigación cohesionado. Un diseño es utilizado para estructurar la investigación, para mostrar cómo todas las partes principales del proyecto de investigación funcionan en conjunto con el objetivo de responder a las preguntas centrales de la investigación.”

Por medio del diseño de la investigación se obtendrá la información necesaria para aceptar o rechazar la hipótesis.

El diseño investigativo que se aplicará en el siguiente proyecto es de tipo no Experimental ya que en esta investigación se describe, explica y se da conclusiones de la misma.

El modelo del diseño será transaccional por que será realizada una sola vez en el tiempo determinado, además se utilizará para la recolección de información los instrumentos como la encuesta y de un grupo focal, con un cuestionario de ocho preguntas y un grupo focal formado por seis participantes de diferentes edades.

3.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos más importantes que se utilizaran son:

Observación: Mediante el estudio se pudo analizar la falta que hay de empresas que aprovechen los excedentes de producción para la fabricación de productos es la ciudad de Guayaquil.

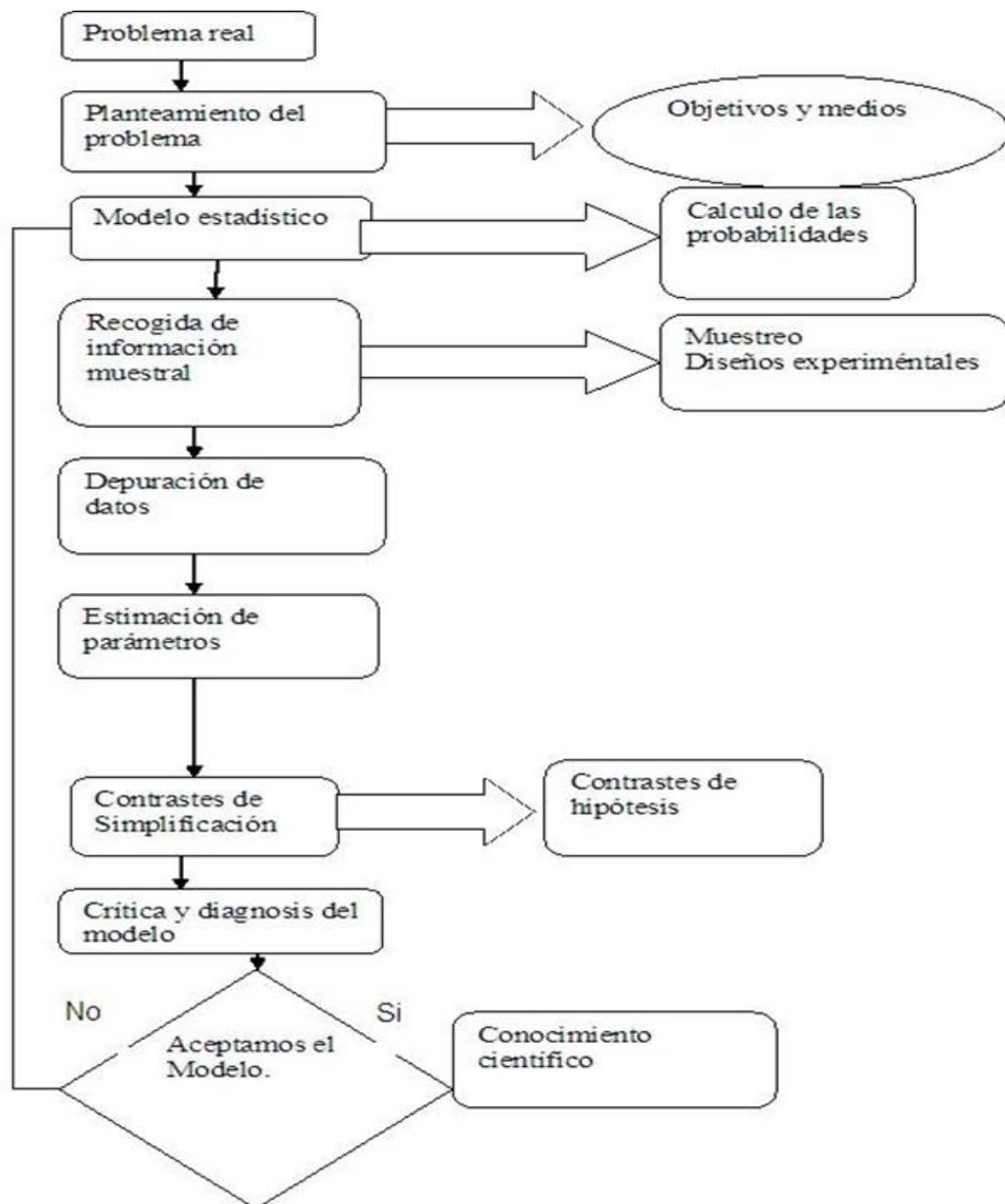
Inductivo: Porque se manipularan aquellos datos que se encuentran desordenados para la elaboración de una hipótesis.

Deductivo: Se la utilizara en la organización de los datos para formar posibles teorías, leyes.

Pheby (1988, p. 14) menciona que el método de análisis deductivo ayuda a que se entienda mejor algún problema o fenómeno.

Estadístico: Mediante la estadística podemos tabular toda la información recolectada y sacar conclusiones y recomendaciones del proyecto.

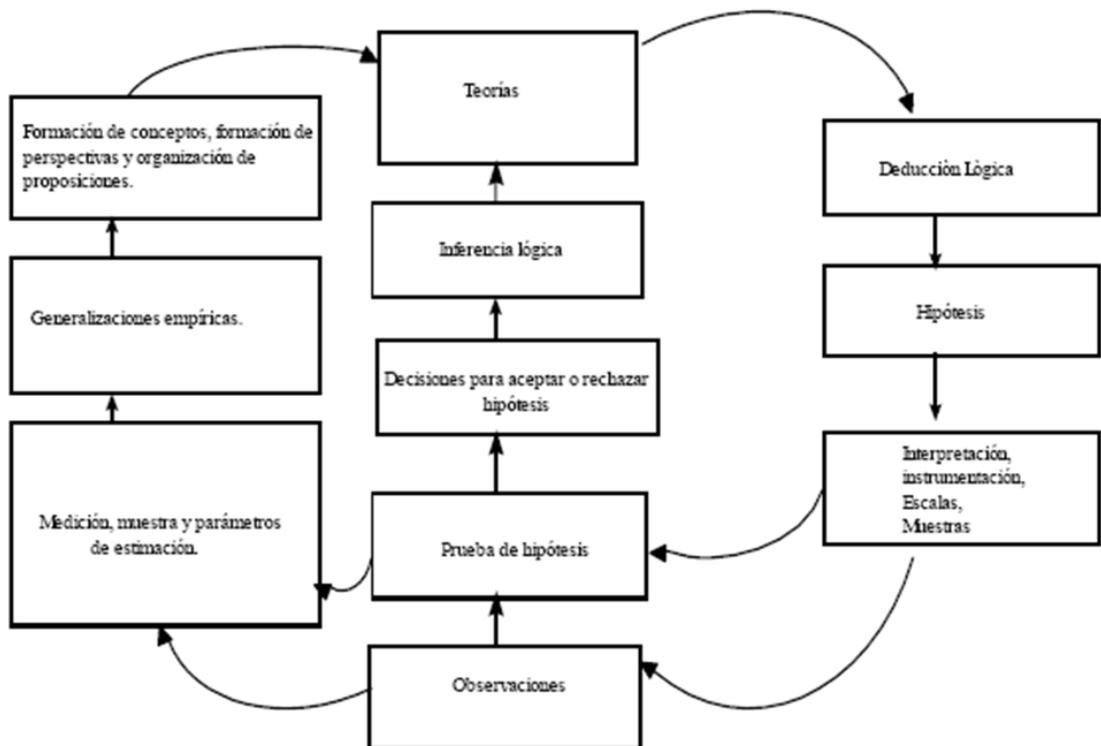
Gráfico 2: Diagrama del método inductivo- deductivo.



Fuente: Elaborada por el Consejo Superior de Investigación Científica

El diagrama nos muestra cómo definir el problema, es decir la población y las variables que tenemos que analizar fijándole valores, se recoge una muestra y se analizan los datos y con esta información se afirma la hipótesis inicial.

Gráfico 3: Diagrama del método Estadístico.



Fuente: Therese L. Baker (1997) Doing Social Research. 2ª. Ed. Ma Graw Hill. USA p.54.

El diagrama muestra los componentes de la información, como la observación teorías e hipótesis, inicia con la observación, luego al desarrollar las encuestas se produce una observación directa y se comienza a deducir las teorías generando hipótesis que pueden ser probadas en un futuro.

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el presente proyecto se realizaran varias investigaciones que ayuden a la recolección de datos y al cumplimiento del propósito considerando las diferentes estrategias que estén inmersas en la investigación.

Según Palella y Martins (2004,p.80), expresan que el diseño de la investigación *“se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio”*

El presente proyecto utilizará los siguientes tipos de investigación:

Histórica: Porque se ha mencionado el proceso de exportación del banano en los últimos años en el Ecuador y cómo esto ha mejorado al país.

Documental: Porque se recopiló información de varios estudios y documentos en el que se podrá acudir como fuente de referencia.

Descriptivo: Debido a que se describirán los datos de la población en este caso los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Transeccional: Porque la recolección de datos se lo hará en un momento específico mediante la encuesta con un cuestionario de ocho preguntas.

De acuerdo con Tamayo (2007, p.43) señala que los tipos de investigación difícilmente se presentan puros, ya que se combinan entre sí mismos y obedecen a la aplicación de la investigación.

Todos los tipos de investigación se complementan entre sí para dar un mejor resultado al proyecto y ayudan a buscar la información necesaria utilizando enfoques diferentes

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La Técnica de investigación que se empleara en este proyecto es la encuesta a través del cuestionario como herramienta para recopilar información de nuestros consumidores y la acogida que tendrán las galletas a base de banano

La recopilación de instrumentos y técnicas permiten definir los recursos en los que el investigador recibirá la información que requiera para poder cumplir con los objetivos del proyecto. (Hurtado, 2000 p.164).

De acuerdo con Garza (1988, p.183) la investigación por encuesta *“se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes,”*.

Las respuestas a estas preguntas ayudan a recopilar información para determinar la factibilidad de la empresa

Para Marconi y Lakatos (1999) el cuestionario es una herramienta escrita que permite recopilar datos y está compuesto por diferentes preguntas las cuales son ordenadas para un mayor entendimiento y el entrevistador no puede intervenir en la respuesta de las mismas.

Es decir que para recoger la información sobre el problema objeto de estudio es suficiente una interacción impersonal con el encuestado.

El cuestionario estará compuesto por ocho preguntas divididas entre cerradas y de opción múltiple, estará dirigido a una muestra de la población de Guayaquil entre niños, adolescentes y adultos con el rango de 7 a 40 años de edad pertenecientes a la clase baja, media y alta.

3.5 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el análisis de las encuestas se utilizarán gráficos estadísticos y en el caso del Focus Group se lo realizara por medio de un cuaderno de notas. También se hará uso de programas como Excel para la tabulación de datos y Power Point para su presentación.

CAPITULO 4

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

La población que define el proyecto es la provincia del guayas

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010) Guayaquil cuenta con una población de 3.645 habitantes aproximadamente.

Siendo la más poblada del Ecuador, se tomara parte representativa de la población en forma aleatoria para analizar a los consumidores potenciales, la investigación se hará de forma finita.

Según Tamayo y Tamayo, (1997) definen a la población como el valor total del proyecto estudiado donde las unidades de esta población tienen

características en común y estas características se analizan para dar como resultado los datos del proyecto.

Los mismos afirman que la muestra *“es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”* (p, 38)

La muestra que se tomara de la población de Guayaquil serán las áreas del norte centro y sur de la ciudad.

Para poder determinar la muestra se usaron los siguientes parámetros:

n= Tamaño de la muestra,

z= Nivel de confianza, 1,96 para el 95%

p= Variabilidad positiva

q= Variabilidad negativa

B o e = Precisión o error admitido

Tabla 1: Formula de la muestra

$$n = \frac{z^2 pq}{B^2}$$

Fuente: Enric Mateu Universidad Autónoma de Barcelona

Tabla 2: Cálculo de la muestra

z=	1.96	n=	$\frac{0,9604}{0,0025}$
p=	0.50		
q=	0.50		
B=	0.05	n=	384.16 → 400

Elaborado por: Jenniffer Estrada

El margen de error según Hopkins, K., Hopkins, B. Y Glass, S. (1997) muestra que toda investigación puede tener cierto porcentaje de error y cualquier conclusión que llegue el investigador es o acertada o equivocada. De acuerdo al nivel de confianza mientras mayor sea el porcentaje mayor tendrá que ser la muestra.

En conclusión las encuestas serán favorables para conocer los gustos del mercado y lo que requieren nuestros consumidores potenciales. Se podrá conocer con mayor precisión el precio del producto, donde será obtenido, las marcas que influirían en nuestra competencia, nuestra estrategia de posicionamiento estaría expuesta en la primera etapa del lanzamiento del producto.

Méndez (1999) señala que todo el proceso de información consiste en el recuento, clasificación y ordenación en tablas o cuadros y que estos procedimientos dependen de la clase de estudio o investigación y del tipo de datos. Por otra parte, menciona que dentro de este proceso se utilizan técnicas estadísticas para poder presentar y entender mejor la información.

Focus Group

“El grupo focal es particularmente útil para explorar los conocimientos, las prácticas y las opiniones, no solo en el sentido de examinar lo que la gente piensa sino también como y porque piensa como piensa.” (Kitzinger, 1995)

Se realizara el grupo focal para obtener más ideas y profundizar las opiniones de los consumidores, el mismo que ayudara a la investigación de mercado.

Estará compuesto por seis participantes que cumplan con el rango de edades que necesita el proyecto y el animador principal, en un tiempo determinado de media hora, se llevara a cabo en un lugar tranquilo y se realizara las anotaciones respectivas.

CAPITULO 5

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La galleta de manera general se define como el producto alimenticio elaborado a base de harina, agua, mantequilla, azúcares, huevo, leche, polvo de hornear, sal entre otros aditivos dependiendo de la galleta. Se la puede encontrar de diferentes tamaños, sabores y formas y su vida depende del almacenamiento de las mismas

Para la elaboración de las galletas se utilizara las siguientes materias primas que serán incorporadas en el proceso de transformación incluyendo el excedente de banano como principal insumo.

MATERIA PRIMA E INGREDIENTES

- Harina
- Azúcar
- Levadura
- Mantequilla
- Huevos
- Puré de banano

Según, Kotler. (1996) Este producto forma parte de los bienes no duraderos ya que se consumen generalmente en un solo uso, se consume rápido y tiene poca vida, son de consumo final porque satisfacen las necesidades de las personas.

5.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo a, Mercado (2007) *“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado”*

El análisis de la oferta se lo realiza para determinar a los posibles competidores directos e indirectos y poder establecer estrategias para el desarrollo de la empresa. Es importante conocer a la competencia porque se debe crear un valor añadido que se diferencie de ella y así lograr un alto posicionamiento en el mercado.

En el mercado se encuentran varias empresas que se dedican a la creación de galletas pero ninguna que use su residual para su elaboración, por lo tanto se debe analizar con profundidad la oferta total de galletas para prever posibles situaciones que pongan en riesgo a la organización.

5.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

5.3.1 Perfil del Consumidor

De acuerdo al análisis de los posibles consumidores, el producto va dirigido a personas de sexo indistinto en un rango de 6-40 años de edad de cualquier nivel socioeconómico.

5.3.2 Mercado Objetivo

El mercado objetivo de la compañía son las personas que les guste consumir galletas la mayoría niños y jóvenes.

Tabla 3: Segmentación del mercado

POBLACIÓN	Guayaquil
HOMBRE (49.02%)	753.728
MUJER (50.98%)	783.764
TOTAL (100%)	1'537.492

Elaborado por: Jenniffer Estrada

Tabla 4: Rango de edades

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
Total	3.309.034	100,0%	3.645.483	100,0%

Rango de posibles consumidores

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Demográfica

- **Edad:** 7 años a 40 años
- **Sexo:** Ambos (masculino o femenino)

Geográfica

- Provincia: Guayas
- Cantón: Guayaquil

Psicográfica

- **Clase social:** Media-bajo, Medio, Medio Alto
- **Gustos y Preferencias:** Galletas

5.3.3 Mercado Potencial

Según Alzamora (2009), Mercado potencial *“Es la cantidad máxima de un bien o servicio puede venderse durante un periodo dado de tiempo en un mercado y en las condiciones determinadas”*.

El mercado potencial son niños, adolescentes, jóvenes y adultos en un rango de edades entre los 7 a 40 años que buscan alternativas nutritivas en el mercado de los snacks, que pertenezcan a un estrato económico medio bajo, medio y medio alto.

5.3.4 Resultados del Grupo Focal

El Grupo Focal estuvo compuesto por seis participantes entre ellos:

- Sammy Arreaga 17 años
- Bianca Arreaga 15 años
- Charlie Mejía 32 años
- Elizabeth Galarza 23 años
- Fernando Avilés 21 años
- Samantha Ramirez 36 años

La persona encargada de hacer las preguntas y la respectiva evaluación fue:

- Jenniffer Estrada 22 años

Para poder reforzar las respuestas de la encuesta y saber con más precisión lo que desea el cliente se realizó una breve discusión de media hora con los participantes en el cual se pudo ver la aceptación del producto, las personas consumirían este producto hecho en Ecuador luego de realizar ejercicios como el crossfit por su alto grado de proteínas y vitaminas, otros mencionaron que les enviarían de lunch a sus hijos y los que aún se encuentran en el colegio que posiblemente lo comprarían en el receso. Los que estudiaban economía dijeron que era una buena idea para mejorar el uso del banano ya que un gran porcentaje se desperdiciaba y que en futuro

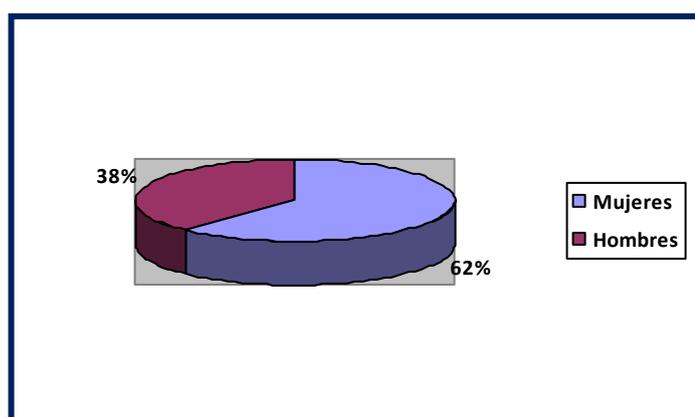
las galletas podrían ser exportadas. Finalmente hubo comentarios de que si el producto tiene un buen sabor y presentación con una buena promoción podría superar a varias galletas ya posicionadas en el mercado.

5.3.5 Resultados de la Encuesta

A continuación se detallan los resultados de las encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil:

Género: De las 400 personas encuestadas el 62% eran del sexo femenino y el 38% del sexo masculino en su mayoría adolescentes, este será el mercado potencial de la empresa.

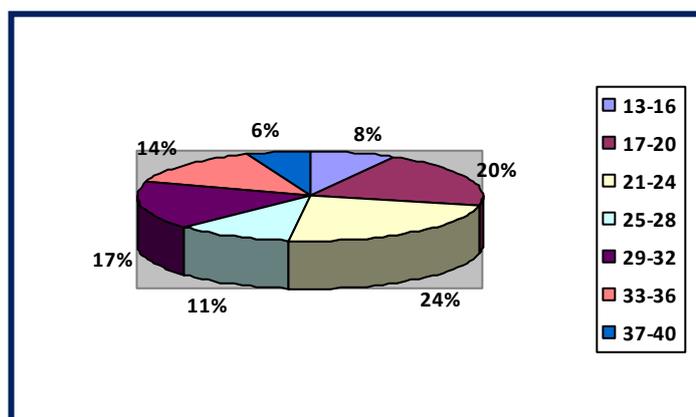
Gráfico 4: Distribución de las personas por género



Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Edad: Se puede observar que el rango de la mayoría de los encuestados fueron entre los 21-24 años de edad (24%) seguidos por los de 17-20 con un 20%, las edades comprendidas entre 29-32 obtuvieron un 17%, luego los de 33-36 un 14%, fue disminuyendo a 11% las edades de 25-28, las personas entre 13-16 tuvieron un 8% y finalmente un 6% el rango de 37-40 años de edad. Finalmente se puede notar que las edades con más influencia son de 17 a 24 años.

Gráfico 5: Distribución por rango de edades



Elaborado por: Jennifer Estrada

1. ¿Consume galletas?

La primera pregunta de la encuesta fue respondida con un 90% afirmativo, la mayoría de los encuestados si consumen galletas y el 10% no las consume. (Anexo

2. ¿Conoce usted los beneficios del banano?

El 70% de las personas respondieron que no conocían mucho acerca sobre las propiedades del banano, mientras que el 30% respondió que si conocían los beneficios del mismo.

3. ¿Qué tal le parece la idea de una galleta hecha a base de banano ?

La mayoría de los encuestados escogió como excelente la idea del producto en un 50%, el 10% como regular y el 40% restante como bueno, como resultado hubo un 0% en malo.

4. ¿Con qué frecuencia la compraría?

Se puede decir que el 50% compraría las galletas 2 veces a la semana mientras que el 30% 3 veces a la semana, el 20% restante contesto que 1 vez a la semana, dando el 0% a 4 veces a la semana.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de seis galletas ?

Según los resultados el mayor porcentaje con un 70% selecciono el rango de 0.50-0.65 ctvs por el valor del paquete, por otra parte el 30% respondió que pagaría entre 0.66-0.81ctvs y el 0% el 0.82-0.96ctvs.

6. Seleccione una marca de galletas que consume a menudo

Las galletas oreo son las más consumidas en el mercado con 40% por lo cual serian estas unas de nuestras más poderosas competencias seguidas por las clubsocial con un 30%, las galletas amor con un 20% y para finalizar las ducales con un 10%.

7. ¿Al momento de comprar galletas en que factores se fija?

El 50% se fija en el sabor del producto para comprarlo posteriormente, el 20% el precio, al igual que el anterior otro 20% en sabor y finalmente el 10% en la marca.

8. ¿Dónde acostumbra a comprar galletas?

La mayoría de los encuestados compran sus galletas en el supermercado dando un porcentaje de 40%, por otro lado el 30% compra sus galletas en tiendas, el 20% en minimarkets y el 10% restante en panaderías.

5.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO NACIONAL

5.4.1 Político

El Ecuador cuenta por el momento con una estabilidad política, lo cual beneficiara a la organización ya que estará envuelta en un mercado con estabilidad económica.

Las normas jurídicas afectan el desarrollo de la empresa, el Ministerio de Salud requiere información necesaria del producto para su respectiva venta.

- Exigencias sanitarias.

El producto deberá venir acompañado de un Certificado Sanitario oficial, otorgado por la Autoridad Sanitaria.

- Requisitos de etiquetado

El Ministerio de Salud, en conjunto con expertos en nutrición y las empresas exige a los productos incorporar información nutricional en todos los alimentos que se comercialicen, además de los que declaran propiedades nutricionales y saludables.

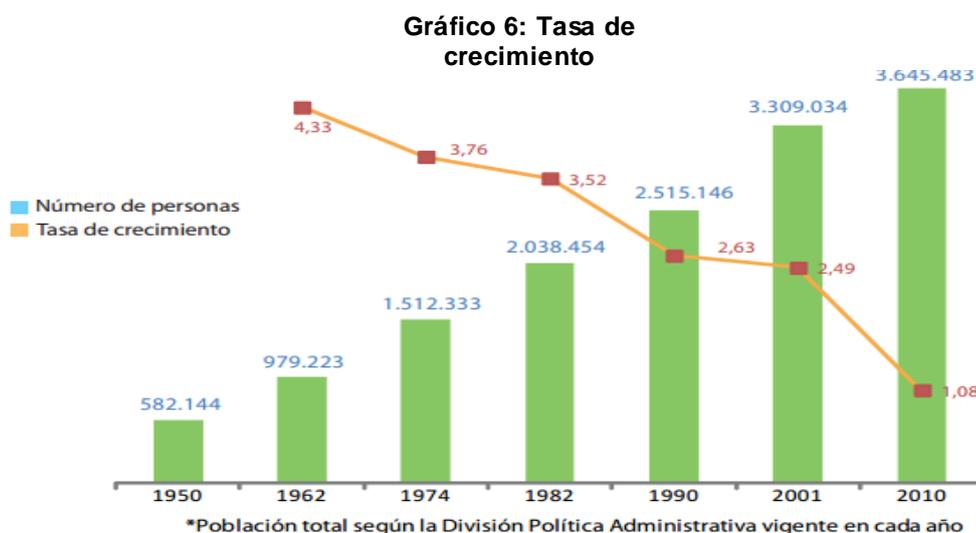
Es obligatorio de declarar el contenido de azúcares

5.4.2 Económico

Los impuestos toman un papel importante en la parte económica ya que si disminuyen la empresa podrá aumentar su inversión, la producción y por ende el consumo. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) se lo calcula en el valor total del producto si este incrementa los consumidores comprarían menos.

El cambio técnico ayudara a la empresa en la ampliación de nuevas tecnologías lo que mejoraran sus beneficios a largo plazo.

5.4.3 Demográfico



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

La alta tasa de crecimiento durante los últimos años garantiza la compra del producto y por lo tanto el desarrollo de la empresa.

5.4.4 Cultural

En los hábitos del consumo de las personas ecuatorianas se encuentran las galletas ya sea de sabor dulce o de sal, actualmente se mueven unos \$60 millones en galletas al año.

La empresa destaca la importancia del medio ambiente y los valores ecológicos utilizando el excedente del banano para la producción de las galletas.

5.5 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

El poder de cada una de las fuerzas competitivas muestran las técnicas del sector industrial, como crear una posición de defensa frente al mercado y sus competidores. (Porter, 1982)

5.5.1 Poder de Negociación de los Proveedores

El banano es el principal insumo que se necesita para la elaboración de las galletas y existe una gran cantidad de proveedores en el país ya que el Ecuador es uno de los principales exportadores de esta fruta, hay un gran poder de negociación por parte de la empresa y BANANIN puede obtener a menor costo la materia prima y escoger la de mejor calidad para el consumo de los clientes.

5.5.2 Poder de Negociación de los Clientes

BANANIN es una empresa productora y comercializadora sus principales clientes será:

- Supermercados

Los supermercados tienen alto poder ya que compran por grandes volúmenes y aquí es donde aparecen las marcas relevantes de galletas.

- Tiendas

Los pequeños comerciantes a diferencia de los supermercados compran en pequeños volúmenes de marcas específicas.

- Consumidores

Son los que tienen mayor poder porque eligen la marca específica de galletas que desean consumir ya sea por el sabor, marca, publicidad etc.

5.5.3 Amenaza de Productos Sustitutos

En el mercado existen varios productos que pueden reemplazar las galletas a base de banano como por ejemplo otras marcas de galletas, pasteles o cupcakes.

Los productos importados también forman parte de los productos sustitutos por lo cual se debe crear conciencia en los consumidores y que se aprovechen también los excedentes de producción de las frutas.

5.5.4 Amenaza de Nuevos Entrantes

El Ecuador cuenta con grandes emprendedores que podrían también desarrollar un producto utilizando en su transformación el uso de excedentes de producción, nuestros competidores por el momento son:

- Nestlé

Amor

Ricas

Coco
Galak
• La Universal
Zambo
Waffer Rikura
Choco Animalias

5.5.5 Grado de Rivalidad

BANANIN es una nueva productora que entra al mercado de galletas, cuenta con un alto grado de rivalidad por parte de otras empresas que ya cuentan con la fidelidad de los clientes quienes llevan muchos años elaborando este producto.

Las galletas cuentan con un alto grado de proteínas en comparación a otras y son más saludables para la salud, además que ayuda a los pequeños productores y al medio ambiente por la utilización de los excedentes para su producción.

5.6 MARKETING MIX

5.6.1 Producto

Nombre del Producto

BANANIN

Presentación

El producto será presentado al consumidor final en envoltura plástica, la cual contendrá seis galletas. Para la distribución a mayoristas se lo realizara en cartones con cincuenta paquetes de galletas.

5.6.2 Precio

Precio

Para determinar el precio del producto se ha tomado en consideración un análisis de precios de la competencia tomando en cuenta a productos

similares en este caso galletas de otros sabores que tienen mayor reconocimiento en el mercado, el precio de los paquetes de seis galletas varía entre los 0.40-0.80 ctvs.

5.6.3 Plaza o Distribución

BANANIN es una compañía que se dedica a la elaboración y comercialización de galletas a base de banano. La ubicación de la empresa será Vía Daule km 12 ½.

El producto se encontrara en los principales puntos de venta del país, como está dirigido a las personas con todos los estratos sociales, las tiendas en la que se podrá adquirir el producto será: Mi Comisariato, Megamaxi, Supermaxi, Tía, Aki, tiendas, kioskos, dispensadores y farmacias. Además proporcionaremos afiches, volantes y posters los cuales se colocaran en cada uno de los lugares para que los clientes y posibles consumidores puedan conocer más acerca del nuevo producto.

5.6.4 Promoción

Para llegar al mercado objetivo BANANIN se dará a conocer mediante un plan de comunicación para anunciar su producto, se colocara en los establecimientos antes mencionados las galletas a un precio conveniente para los consumidores.

Se utilizaran además otros instrumentos de promoción que son los siguientes:

- **Radio y Televisión**

Se difundirá la información por las emisoras con más acogida por parte del público como por ejemplo: 96.1, 93.7, 104.1 etc. Además de propagandas en los canales con más acogida por parte del público.

- **Muestras Gratis**

Se darán muestras en los puntos de ventas y lugares públicos para su degustación así como en ferias y exposiciones.

El cliente podrá probar el producto y posteriormente comprarlo.

- **Volantes**

Las volantes se entregarán cerca de la fábrica y en los sectores con más concurrencia en la ciudad de Guayaquil, se repartirán a niños, jóvenes y adultos unas semanas antes de la apertura.

El diseño del volante será con colores llamativos y contendrán la información más importante de la empresa y del nuevo producto.

-

- **Vallas Publicitarias**

Se utilizarán vallas tradicionales las cuales se encuentran en una plataforma plana y llevan iluminación por fuera, también las vallas iluminadas que a diferencia de las tradicionales lleva iluminación interna del panorámico y es de fácil lectura en lugares oscuros, estarán ubicadas en las carreteras y en calles de más tránsito.

- **Carteles**

Se colocarán en las cafeterías de los centros comerciales, escuelas, colegios y universidades, esto se lo realizará en los primeros años de operaciones de la empresa.

- **Internet**

Actualmente el internet es el medio con más influencia sobre las empresas, se promocionara el producto mediante páginas

de interacción como Twitter, Facebook e Instagram que son las más usadas por el momento

5.7 ESTRATEGIAS DE VENTA

5.7.1 Logo y Eslogan



“Cuida tu salud y a tu país come BANANIN.”

CAPITULO 6

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 MISIÓN

Ser una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de galletas a base de banano usando el excedente de producción ofreciendo un producto que colabora al medio ambiente y de alta calidad.

6.1.1 VISIÓN

Ser una empresa líder e innovadora en el mercado local y con presencia internacional y la pionera en el uso de excedente para la transformación de sus productos.

6.2 FODA DE LA EMPRESA

De acuerdo a Castillo el análisis FODA de una empresa es aquel que puede estimar el hecho en el cual una estrategia tiene que lograr un

equilibrio entre su capacidad interna y externa de la organización es decir entre sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Tabla 5: Matriz Interna y Externa

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS INTERNO	-Disponibilidad de la materia prima. -Contiene vitaminas. -Personal capacitado. -Tecnología de punta.	-Empresa nueva en el mercado -Alta inversión en promoción -Falta de información
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS EXTERNO	-Materia prima a bajo costo -Alta demanda -Competencia con precios similares -Crecimiento Poblacional.	-Cambios políticos y económicos. -Empresas busquen ventajas del excedente -Cambio de preferencia.

Elaborado por: Jenniffer Estrada

FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS

- El Ecuador es el primer país productor y exportador de banano por ende la materia prima estaría siempre disponible para la producción de galletas.
- Las galletas poseen un alto grado vitamínico y se pueden incluir en las dietas de las personas.
- Gerencia y Capital Humano altamente capacitado para el desarrollo de la empresa.

- Tecnología de punta para la producción de las galletas.

DEBILIDADES

- Poca participación en el mercado ya que BANANIN es una nueva compañía.
- Alta inversión en la promoción de sus productos.
- Falta de información, los consumidores no conocen acerca de los beneficios del banano y como reusar su excedente.

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES

- Facilidad de obtener la materia prima a bajo costo.
- Alta demanda por parte de países compradores de banano, dar a conocer un producto no tradicional incrementando así las exportaciones.
- La competencia tiene precios similares a las galletas banano.
- Cada año aumenta la población Guayaquileña.

AMENAZAS

- Cambios políticos y Económicos.
- Empresas que busquen ventajas de los excedentes de banano para la creación de sus productos.
- Cambios de preferencias por parte de los consumidores.

6.3 CULTURA ORGANIZACIONAL

BANANIN es una empresa que busca satisfacer las necesidades de los consumidores sin dejar a un lado la responsabilidad social, poniendo como principal objetivo el bienestar de los clientes y mejorar su calidad de vida.

Como toda empresa tiene como meta obtener ganancias pero sin dejar a un lado a sus empleados y consumidores, ya que sin ellos su compañía no crecería, gracias a su cooperación, trabajo y eficiencia.

Entre los valores culturales se encuentran:

- Honestidad
- Respeto
- Puntualidad
- Compromiso
- Comunicación

6.4 DISEÑO DE PUESTOS, FUNCIONES Y PERFILES

GERENTE GENERAL

ACADEMICO

- Graduado de Administración de empresas, Ing. comercial o Ing. En gestión empresarial
- Edad entre 35-40 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.
- Conocimientos sobre el mercado de alimentos de producción masiva.

ACTITUD

- Conocimientos actualizados en: Contabilidad, Tributación, Relaciones humanas y Estrategias de Marketing.
- Tener actitud proactiva, creativa, poder de decisión, iniciativa.

- Capacidad para negociar
- Capacidad para trabajar en equipo, ya que supervisara las áreas de: Producción, logística, RR.HH y ventas.

Funciones del cargo

- ADMINISTRAR LAS LABORES DE LA ORGANIZACION
- CONTRATAR AL NUEVO PERSONAL
- RETIFICAR LOS PRESUPUESTOS
- OBSERVAR QUE LAS TAREAS SEAN CUMPLIDAS

SECRETARIA EJECUTIVA

ACADEMICO

- Estudios superiores en carreras comerciales o industriales.
- Edad entre 23-35 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 6 meses a 1 año.

ACTITUD

- Habilidades para negociar con proveedores, clientes.
- Rápida solución a requerimientos o problemas con los clientes
- Capacidad de atender llamadas telefónicas, realizar función de recepción y cualquier actividad encomendada por la gerencia.
- Habilidad para trabajar bajo presión.

Funciones del cargo

- EMISION DE CIRCULARES PARA EL PERSONAL EN GENERAL

GERENTE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

ACADEMICO

- Graduado en Administración de empresas, Comercio y Finanzas o carreras similares.
- Edad entre 30-40 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Experiencia en manejo de personal.

ACTITUD

- Capacidad de realizar trabajos grupales
- Ser líder del personal de su departamento
- Tener poder de decisión
- Voz de mando

Funciones del cargo

- REPRESENTANTE LEGAL
- DIGILAR QUE LAS TAREAS SEAN REALIZADAS
- CONTRATAR A LOS EMPLEADOS
- VERIFICAR QUE LOS PRESUPUESTOS ESTEN CORRECTOS
- REALIZAR CIRCULARES PARA EL PERSONAL
- ESTAR PRESENTES EN EL PROCESO DE SELECCIÓN

JEFE DE COMPRAS

ACADEMICO

- Graduado Comercio y Finanzas o carreras afines.
- Edad entre 35-42 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Experiencia en manejo de personal.

ACTITUD

- Ser objetivo
- Capacidad de trabajar bajo presión y por objetivos.
- Capacidad de toma de decisiones
- Liderazgo

Funciones del cargo

- CONTROLAR LA MERCADERIA QUE LLEGA A LA EMPRESA.
- VERIFICAR LAS NOTAS DE PEDIDO DE LA MERCADERIA QUE SE RECIBE DIARIAMENTE.
- CONTROLAR LAS CUENTAS A PAGAR
- MANEJAR PRESUPUESTOS DE LA EMPRESA.

JEFE DE VENTAS

ACADEMICO

- Graduado en Administración de empresas, Comercio y Finanzas o carreras similares.
- Edad entre 30-40 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Experiencia en manejo de personal.

ACTITUD

- Acostumbrado a trabajar en equipo
- Ser objetivo
- Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.
- Capacidad de toma de decisiones
- Liderazgo

Funciones del cargo

- SE ENCARGA DE VENDER EL PRODUCTO DIRECTAMENTE CON EL CONSUMIDOR.
- REALIZA EL MANIPULEO DE INVENTARIOS
- MANTENER LOS DÍAS DE INVENTARIO LO MÁS BAJO POSIBLES
- CONTROLA PARTE DE BODEGA LOS PRODUCTOS EN STOCK ETC.
- ARQUEOS DE CAJA
- VERIFICA LA COMPRA Y SALIDA DE PRODUCTO

JEFE DE PRODUCCIÓN

ACADEMICO

- Graduado en Comercio y Finanzas o carreras similares.
- Edad entre 35-42 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Experiencia en manejo de personal.
- Trabajo en equipo.
- Supervisor.

ACTITUD

- Ser objetivo
- Capacidad de trabajar bajo presión y por objetivos.
- Capacidad de toma de decisiones
- Poder de mando

Funciones del cargo

- DETERMINAR LAS CANTIDADES DE PEDIDOS.
- LLEVAR UN CONTROL EN LA PRODUCCIÓN.
- VERIFICAR QUE EL PRODUCTO ESTE DE ACUERDO A LOS ESTANDARES DE CALIDAD E HIGIENE.
- MANTENER EL ORDEN EN EL PROCESO DE PRODUCCION
- ELABORAR UN MANUAL QUE CONTENGA TODO EL PROCESO DE ELABORACION DEL PRODUCTO.
- INFORMAR ACERCA DE LAS CANTIDADES QUE SE ENCUENTRAN DISPONIBLES.

AUXILIARES DE SERVICIO

OBRERO

ACADEMICO

- Graduado en carreras relacionadas con alimentos y técnicas.
- Edad entre 25-32 años

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Conocer acerca de los procesos de producción.

ACTITUD

- Trabajo en equipo.
- Habilidades.
- Buen manejo de insumos.
- Manejos de equipos y herramientas.

Funciones del cargo

- OBTENER EL PRODUCTO TERMINADO.
- TENER EL PRODUCTO EN EXCELENTES CONDICIONES PARA SER ENTREGADO AL CLIENTE.
- REALIZAR EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN.

VENEDORES

ACADEMICO

- Graduado en ventas.
- Edad entre 23-30 años.

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

ACTITUD

- Poder de Negociación.
- Trabajar en equipo.
- Liderazgo.

Funciones del cargo

- INCREMENTAR EL NUMERO DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS.
- VERIFICAR QUE SE ESTE CUMPLIENDO CON LAS NORMAS ESTABLECIDAS.
- NEGOCIAR CON PROVEEDORES Y CLIENTES.

CHOFER

- Edad entre 23-30 años.

EXPERIENCIA

- Experiencia mínima de 1 años en cargos similares.

ACTITUD

- Poder de Negociación.
- Trabajar en equipo.
- Liderazgo.

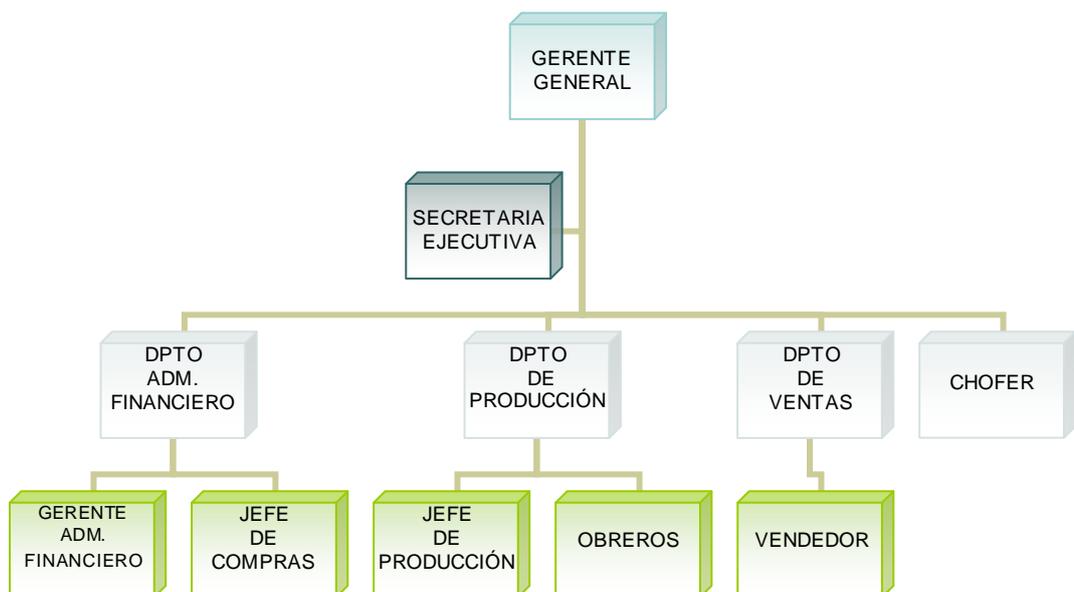
Funciones del cargo

- PODER DE MOVILIZACION PARA EL DESPACHO DE LOS PRODUCTOS.
- MANTENER LA UNIDAD ASIGNADA EN BUEN ESTADO.

6.5 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

BANANIN está constituida por personas profesionales y capacitadas comprometidas con la empresa, que buscan generar rentabilidad y alcanzar las metas propuestas a través del cumplimiento de tareas y responsabilidades manteniendo la unión y trabajo en equipo.

Gráfico 6: Organigrama general de BANANIN



Elaborado Por: Jennifer Estrada

CAPITULO 7

7. FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

7.1. Inversión Del Proyecto

El proyecto contara con una inversión inicial de \$ 76.079 En la siguiente tabla se detallara la distribución de la inversión inicial.

Tabla 6 Inversión Inicial “BANANIN”

BANANIN S.A			
INVERSION INICIAL			
Cortado a:		dic 31, 2014	
Moneda:		US\$	
Rubros	Cantidad	Precio Unit.	US\$
Edificios			33.000,00
Terreno	1	18.000,00	18.000,00
Edificio e Instalaciones	1	15.000,00	15.000,00
Equipos y Muebles de Oficinas			1.397,00
Escritorios	6	80,00	480,00
Sillas	5	45,00	225,00
Sillones ejecutivos	1	100,00	100,00
Archivadores metálicos	2	80,00	160,00
Teléfonos Inalámbricos	3	40,00	120,00
Útiles de oficina (Grapadora, Perforadora etc..)	6	52,00	312,00
Equipos de Computación y Software			3.582,00
Computadoras	6	475,00	2.850,00
Impresora láser y copiadora	1	560,00	560,00
Fax	1	172,00	172,00
Maquinarias y Equipos			14.600,00
Vehículos			18.200,00
Furgón			18.200,00
Activo Diferido			2.300,00
Gastos de Constitución			2.500,00
Capital de Trabajo			3.000,00
Total Rubros US\$			76.079,00

Elaboración: Jenniffer Estrada

7.2. Financiamiento

La inversión del proyecto estará dividida entre capital propio y capital ajeno tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7: Costo Promedio Ponderado de Capital

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)					
		a	b	= (a * b)	
Fuentes de Financiamiento	Monto US\$	Proporción%	Tasa %	Ponderación	
Capital Social	20.000	26%	20,0%	5,26%	
Obligaciones Financieras	56.079	74%	9,00%	6,63%	
Totales	76.079	100%		11,89%	

Elaborado por: Jenniffer Estrada

Los accionistas esperan obtener el 20% de tasa mientras que la institución bancaria el 9%, la ponderación se la obtiene del producto entre la proporción y la tasa de rentabilidad.

El préstamo será solicitado a la CFN y será indispensable para cubrir el 74% de la inversión.

Las siguientes tablas de amortización muestran que en tres años la empresa pagaría un total de \$ 56.079 por concepto de intereses.

Tabla 8: Tabla de Financiamiento

BANANIN S.A			
Tabla de Amortización Gradual			
Acreeedor Principal	56.079		
Tasa %	9,00%	Anual	
Plazo	36 Meses	30	(Con 6 Meses de Gracia)

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Tabla 9: Tabla de Amortización Gradual

Periodo	Interés	Principal	Dividendo	Saldo	Acumulación de Intereses	Amortización de Principal
0				56.079,00		
1	420,59	0,00	420,59	56.079,00		
2	420,59	0,00	420,59	56.079,00		
3	420,59	0,00	420,59	56.079,00		
4	420,59	0,00	420,59	56.079,00		
5	420,59	0,00	420,59	56.079,00		
6	420,59	0,00	420,59	56.079,00		
7	420,59	1.673,86	2.094,45	54.405,14		
8	408,04	1.686,41	2.094,45	52.718,74		
9	395,39	1.699,06	2.094,45	51.019,68		
10	382,65	1.711,80	2.094,45	49.307,88		
11	369,81	1.724,64	2.094,45	47.583,24		
12	356,87	1.737,57	2.094,45	45.845,67	4.856,91	10.233,33
13	343,84	1.750,61	2.094,45	44.095,06		
14	330,71	1.763,73	2.094,45	42.331,33		
15	317,48	1.776,96	2.094,45	40.554,37		
16	304,16	1.790,29	2.094,45	38.764,08		
17	290,73	1.803,72	2.094,45	36.960,36		
18	277,20	1.817,24	2.094,45	35.143,11		
19	263,57	1.830,87	2.094,45	33.312,24		
20	249,84	1.844,61	2.094,45	31.467,63		
21	236,01	1.858,44	2.094,45	29.609,19		
22	222,07	1.872,38	2.094,45	27.736,82		
23	208,03	1.886,42	2.094,45	25.850,39		
24	193,88	1.900,57	2.094,45	23.949,82	3.237,53	21.895,84
25	179,62	1.914,82	2.094,45	22.035,00		
26	165,26	1.929,19	2.094,45	20.105,82		
27	150,79	1.943,65	2.094,45	18.162,16		
28	136,22	1.958,23	2.094,45	16.203,93		
29	121,53	1.972,92	2.094,45	14.231,01		
30	106,73	1.987,71	2.094,45	12.243,30		
31	91,82	2.002,62	2.094,45	10.240,67		
32	76,81	2.017,64	2.094,45	8.223,03		
33	61,67	2.032,77	2.094,45	6.190,26		
34	46,43	2.048,02	2.094,45	4.142,24		
35	31,07	2.063,38	2.094,45	2.078,86		
36	15,59	2.078,86	2.094,45	0,00	1.183,55	23.949,82
Totales	9.277,98	56.079,00	65.356,98		9.277,98	56.079,00

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.3. Gastos Administrativos

Los gastos son aquellos que se generan del manejo y dirección de la empresa, a continuación en la tabla se detallan los gastos administrativos generales y los gastos de ventas en los doce meses del año.

Tabla 10 Gastos Administrativos y Ventas

BANANIN S.A						
Presupuesto de Gastos Administrativos y Ventas						
Cortado a:	dic 31, 2014					
Moneda:	US\$					
Gastos Administrativos Generales	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Energia Eléctrica	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Telefono	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Agua	655,00	655,00	655,00	655,00	655,00	655,00
Sum. De Oficina	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Seguridad Privada	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Suministros de Limpieza	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Gasolina	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Mantenimiento	241,00	241,00	241,00	241,00	241,00	241,00
Gastos Legales (Estudio legal, contab	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Subtotal Gastos Administrativos	2.691,00	2.691,00	2.691,00	2.691,00	2.691,00	2.691,00
Gastos de Ventas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Gastos de Publicidad y Promociones	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83
Subtotal Gastos de Ventas	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83
Gastos Administrativos y Ventas	3.850,83	3.850,83	3.850,83	3.850,83	3.850,83	3.850,83

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00
150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
655,00	655,00	655,00	655,00	655,00	655,00	7.860,00
75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	900,00
400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00
80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00
241,00	241,00	241,00	241,00	241,00	241,00	2.892,00
320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00
2.691,00	2.691,00	2.691,00	2.691,00	2.691,00	2.691,00	32.292,00
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	13.918,00
1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	13.918,00
3.850,83	3.850,83	3.850,83	3.850,83	3.850,83	3.850,83	46.210,00

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.4. Presupuesto de Sueldos

A continuación se detalla el personal que trabajara en BANANIN S.A y su respectivo Salario, Décimos, Aportes y Fondo de Reserva. En total se contrataran a 16 colaboradores.

Tabla 111 : Presupuesto de Sueldos

BANANIN S.A								
Presupuesto de Sueldos								
Proyeccion: dic 31, 2014								
Moneda: US\$								
Colaboradores	Sueldos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Subtotal	División	Total
Gerente General	1.200,00	100,00	26,50	145,80	100,00	1.572,30	GA	
Secretaria Ejecutiva	600,00	50,00	26,50	72,90	50,00	799,40	GA	
Gerente Adm.Financiero	750,00	62,50	26,50	91,13	62,50	992,63	GA	
Guardia 1	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	GA	
Chofer	375,00	31,25	26,50	45,56	31,25	509,56	GA	4.338,36
Jefe de Ventas	650,00	54,17	26,50	78,98	54,17	863,81	GGP	
Vendedor 1	400,00	33,33	26,50	48,60	33,33	541,77	GGP	
Vendedor 2	400,00	33,33	26,50	48,60	33,33	541,77	GGP	1.947,34
Jefe de Compras	650,00	54,17	26,50	78,98	54,17	863,81	GV	
Jefe de Producción	650,00	54,17	26,50	78,98	54,17	863,81	GV	1.727,62
Obrero 1	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	MOD	
Obrero 2	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	MOD	
Obrero 3	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	MOD	
Obrero 4	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	MOD	
Obrero 5	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	MOD	
Chofer	340,00	28,33	26,50	41,31	28,33	464,48	MOD	2.786,86
Total Colaboradores	8.055,00	671,25	424,00	978,68	671,25	10.800,18		10.800,18
	16				Promedio	1.270,61		
					Máximo	1.572,30		
					Mínimo	464,48		

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.5. Presupuesto de Activos Fijos

La siguiente tabla muestra la inversión que se realizó en los activos fijos de la empresa y sus gastos por depreciación de activos tangibles e intangibles.

Tabla 12 : Presupuesto de Activos Fijos

BANANIN S.A									
Reporte: Gastos por Depreciación de Activos									
Cortado a: dic 31, 2014 dic 31, 2014									
Moneda: US\$ US\$									
Activos Fijos (Tangibles e Intangibles)	Costo Histórico	Fecha de Compra	Vida Útil (meses)	Plusvalía Inmob.	Depreciación Mensual	Distribución			
						100%	80%	15%	5%
						Total	COSTO DE PRODUCCIÓN	GASTOS ADM	GASTOS DE VENTAS
Edificios	15.000,00	01/ene/2014	240	38.906,14	62,50	3.750,00	600,00	112,50	37,50
Equipos y Muebles de Oficinas	1.397,00	01/ene/2014	120	0,00	11,64	698,40	111,74	20,95	6,98
Equipos de Computación y Software	3.582,00	01/ene/2014	36	0,00	99,50	3.582,00	955,20	179,10	59,70
Maquinarias y Equipos	14.600,00	01/ene/2014	120	0,00	121,67	7.300,20	1.168,03	219,01	73,00
Vehiculos	18.200,00	01/ene/2014	60	0,00	303,33	18.199,80	2.911,97	545,99	182,00
Intangibles) US\$	52.779,00			38.906,14	598,64	33.530,40	5.746,94	1.077,55	359,18
Depreciación Acumulada									

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Tabla 13 : Presupuesto de Activos Diferidos

BANANIN S.A								
Reporte: Gastos por Amortización de Gastos de Constitución								
Cortado a: dic 31, 2014						Distribución		
Moneda: US\$						75%	20%	5%
Activos Diferidos	Costo Histórico	Fecha de Compra	Vida Útil (meses)	Amortización Mensual	Total	COSTO DE PRODUCCIÓN	GASTOS ADM	GASTOS DE VENTAS
Gasto de Constitución	2.200,00	01/ene/2014	120	18,33	1.100,00	165,00	44,00	11,00
Total de Activos Diferidos	2.200,00			18,33	1.100,00	165,00	44,00	11,00
Amortización Acumulada								

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Finalmente podemos observar los gastos de amortización de gastos de constitución.

7.6. Costos y Gastos

La siguiente tabla señala los costos por mano de obra directa, mano de obra indirecta y los gastos generales de producción. Así mismo los gastos administrativos y gastos de venta, cada uno de ellos divididos en sus respectivos rubros.

Tabla 14 : Presupuesto Costos y Gastos

BANANIN S.A		
Costos y Gastos		
Moneda:		US\$
División de Costos y Gastos	Mensual	Anual
Costos de Producción		
Materia Prima Directa	26.565,00	318.780,00
MOD		
Sueldos y Beneficios Sociales	2.786,86	33.442,32
MOI		
Sueldos y Beneficios Sociales	-	-
GGP		
Sueldos y Beneficios Sociales	1.947,34	23.368,10
Depreciación	478,91	5.746,94
Amortización	13,75	165,00
Otros GGP	21.735,00	260.820,00
Total de Costo de Producción	53.526,86	642.322,36
Gastos Administrativos		
Sueldos y Beneficios Sociales	4.338,36	52.060,37
Depreciación	89,80	1.077,55
Amortización	3,67	44,00
Total de Gastos Administrativos	4.431,83	53.181,92
Gastos de Venta		
Sueldos y Beneficios Sociales	1.727,62	20.731,40
Depreciación	29,93	359,18
Amortización	0,92	11,00
Total de Gastos de Venta	1.758,47	21.101,58

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Tabla 15 : Variables

Variables	
Precio Unitario Galleta de 6 unidades	0,65
Precio Venta por caja	23,00
Porcentaje costo	70%
Costos por caja 50 paquetes de galletas	16,10
Venta cajas mensuales	3.000
Venta cajas anuales	36.000

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Las variables a tomar en consideración para la tabla de costos de producción serán el precio de cada paquete de seis galletas, precio por caja, el porcentaje, el costo por la caja el cual contiene 50 paquetes de galletas y las ventas mensuales y anuales.

Tabla 16 : Costos de Producción

Costos de Producción	% Costos	Costos	Mensual	Anual	Total División
Caja de 50 paquetes galletas	20%	3,22	9.660,00	115.920,00	318.780,00
Ingredientes Varios	35%	5,64	16.905,00	202.860,00	
Energía Eléctrica	7%	1,13	3.381,00	40.572,00	260.820,00
Mantenimiento Maquinarias	20%	3,22	9.660,00	115.920,00	
Agua	9%	1,45	4.347,00	52.164,00	260.820,00
Plástico	9%	1,45	4.347,00	52.164,00	
Total Costos de Producción	100%	16,10	48.300,00	579.600,00	579.600,00

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Los costos de producción están divididos en la caja de cincuenta paquetes de galletas, los ingredientes que son: harina, huevos, puré de banano, levadura, azúcar y mantequilla. Además de la energía eléctrica, el costo de mantener las maquinarias, dando un total de costos de producción de \$579.600,00.

7.7. Estado de Pérdidas y Ganancias Anual

Al analizar los estados anteriores, se puede observar a continuación el estado de pérdidas y ganancias de la compañía.

Tabla 2 : Estado de Pérdidas y Ganancias

BANANIN S.A					
Moneda: US\$	Crecimiento	5%	5%	5%	5%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	828.000,00	869.400,00	912.870,00	958.513,50	1.006.439,18
(-) Costo de Producción	642.322,36	674.142,89	707.554,43	741.681,36	778.517,59
Materia Prima Directa	318.780,00	334.719,00	351.454,95	369.027,70	387.479,08
Mano de Obra directa	33.442,32	35.114,44	36.870,16	38.713,67	40.649,35
Costos Indirectos de Fabricación	290.100,04	304.309,45	319.229,32	333.939,99	350.389,16
Sueldos y Beneficios Sociales	23.368,10	24.536,51	25.763,33	27.051,50	28.404,07
Gastos de Depreciación	5.746,94	5.746,94	5.746,94	4.791,74	4.791,74
Gastos de Amortización	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00
Otros GGP	260.820,00	273.861,00	287.554,05	301.931,75	317.028,34
(=) Utilidad Bruta	185.677,64	195.257,12	205.315,57	216.832,14	227.921,59
(-) Gastos Operacionales	120.493,51	126.443,59	132.691,19	139.012,36	145.900,33
Gastos Administrativos	85.473,92	89.691,54	94.120,04	98.590,86	103.473,28
Sueldos y Beneficios Sociales	52.060,37	54.663,39	57.396,56	60.266,39	63.279,71
Gastos Generales	32.292,00	33.906,60	35.601,93	37.382,03	39.251,13
Gastos de Depreciación	1.077,55	1.077,55	1.077,55	898,45	898,45
Gastos de Amortización	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00
Gastos de Ventas	35.019,58	36.752,05	38.571,15	40.421,50	42.427,05
Sueldos y Beneficios Sociales	20.731,40	21.767,97	22.856,37	23.999,19	25.199,15
Gastos de Publicidad y Promoción	13.918,00	14.613,90	15.344,60	16.111,82	16.917,42
Gastos de Depreciación	359,18	359,18	359,18	299,48	299,48
Gastos de Amortización	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
(=) Utilidad Operacional	65.184,13	68.813,52	72.624,38	77.819,78	82.021,26
(-) Gastos No Operacionales	4.856,91	3.237,53	1.183,55	0,00	0,00
Gastos Financieros	4.856,91	3.237,53	1.183,55	0,00	0,00
(=) Resultado antes de impuestos y participación trabajadores	60.327,22	65.575,99	71.440,83	77.819,78	82.021,26
Participación de Trabajadores 15%	9.049,08	9.836,40	10.716,13	11.672,97	12.303,19
Impuesto a la Renta 23%	11.793,97	12.820,11	13.966,68	15.213,77	16.035,16
Resultado del Ejercicio Neto	39.484,17	42.919,48	46.758,02	50.933,04	53.682,91

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.8. Balance General Anual

La siguiente tabla señala como se encuentra actualmente la empresa en relación a sus activos, pasivos y patrimonios.

Tabla 18 : Balance General Proyectado

BANANIN S.A					
Balance General Proyectado					
Moneda: US\$					
Cortado a:					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos	105.229,84	126.253,48	149.061,68	199.994,72	253.677,63
Activo Corriente	39.654,52	68.081,84	98.293,72	155.436,44	215.329,03
Caja Bancos	39.654,52	68.081,84	98.293,72	155.436,44	215.329,03
Activo No Corriente	65.575,32	58.171,64	50.767,96	44.558,28	38.348,60
Activo Fijo	63.595,32	56.411,64	49.227,96	43.238,28	37.248,60
Edificios	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Terrenos	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Equipos y Muebles de Oficina	1.397,00	1.397,00	1.397,00	1.397,00	1.397,00
Equipos de Computación	3.582,00	3.582,00	3.582,00	3.582,00	3.582,00
Maquinarias y Equipos	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00	14.600,00
Vehículos	18.200,00	18.200,00	18.200,00	18.200,00	18.200,00
(-) Depreciación Acumulada	7.183,68	14.367,36	21.551,04	27.540,72	33.530,40
Activo Diferido	1.980,00	1.760,00	1.540,00	1.320,00	1.100,00
Gastos de Constitución	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00
(-) Amortización Acumulada	220,00	440,00	660,00	880,00	1.100,00
Pasivos	45.845,67	23.949,82	0,00	0,00	0,00
Pasivo de Largo Plazo	45.845,67	23.949,82	0,00	0,00	0,00
Obligaciones Financieras	45.845,67	23.949,82	0,00	0,00	0,00
Patrimonio	64.484,17	107.403,66	154.161,68	205.094,72	258.777,63
Capital Social	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Resultado del Ejercicio	39.484,17	42.919,48	46.758,02	50.933,04	53.682,91
Utilidades Retenidas	0,00	39.484,17	82.403,66	129.161,68	180.094,72
Total Pasivo y Patrimonio	110.329,84	131.353,48	154.161,68	205.094,72	258.777,63

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.9. Flujo de Caja

El flujo de caja permite que la empresa anticipe los saldos de dinero y el correcto manejo de los mismos. A continuación la tabla detalla los rubros del flujo de caja.

Tabla 19 : Flujo de Caja

BANANIN S.A						
Flujo de Caja Proyectado						
Moneda: US\$	Crecimiento	5%	5%	5%	5%	5%
Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
(+) Ingresos Operacionales						
Ventas	828.000,00	869.400,00	912.870,00	958.513,50	1.006.439,18	
Total Ingresos Operacionales	828.000,00	869.400,00	912.870,00	958.513,50	1.006.439,18	
	Inflación	5%	5%	5%	5%	
(-) Egresos Operacionales						
Materia Prima Directa	318.780,00	334.719,00	351.454,95	369.027,70	387.479,08	
Mano de Obra Directa	33.442,32	35.114,44	36.870,16	38.713,67	40.649,35	
Gastos Generales Producción	284.188,10	298.397,51	313.317,38	328.983,25	345.432,41	
Gastos Administrativos	52.060,37	54.663,39	57.396,56	60.266,39	63.279,71	
Gastos de Ventas	34.649,40	36.381,87	38.200,96	40.111,01	42.116,56	
Otros Egresos	32.292,00	33.906,60	35.601,93	37.382,03	39.251,13	
Total Egresos Operacionales	755.412,19	793.182,80	832.841,94	874.484,04	918.208,24	
(=) Flujo Operacional	-	72.587,81	76.217,20	80.028,06	84.029,46	88.230,94
(+) Ingresos No Operacionales						
Préstamo Bancario	56.079,00	-	-	-	-	-
Fondos Propios	20.000,00	-	-	-	-	-
Total Ingresos No Operacionales	76.079,00	-	-	-	-	-
(-) Egresos No Operacionales						
Inversión Fija	70.779,00	-	-	-	-	-
Inversión Diferida	2.300,00	-	-	-	-	-
Pago Capital		10.233,33	21.895,84	23.949,82	-	-
Pago Intereses		4.856,91	3.237,53	1.183,55	-	-
Participación Trabajadores		9.049,08	9.836,40	10.716,13	11.672,97	12.303,19
Impuesto a la Renta		11.793,97	12.820,11	13.966,68	15.213,77	16.035,16
Total Egresos No Operacionales	73.079,00	35.933,29	47.789,88	49.816,18	26.886,74	28.338,35
(=) Flujo No Operacional	3.000,00	(35.933,29)	(47.789,88)	(49.816,18)	(26.886,74)	(28.338,35)
(=) Flujo Neto Generado	3.000,00	36.654,52	28.427,32	30.211,88	57.142,72	59.892,59
(=) Saldo Inicial de Caja	-	3.000,00	39.654,52	68.081,84	98.293,72	155.436,44
(=) Saldo Final de Caja	3.000,00	39.654,52	68.081,84	98.293,72	155.436,44	215.329,03

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.10. Ingeniería Económica Real

La tabla a continuación detalla si el proyecto es o no viable de acuerdo a los indicadores de Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, con un VAN de 1,8 y una TIR de 38%. Y el periodo de recuperación será de dos años, ocho meses y ocho días.

Tabla 20 : Evaluación Financiera

Evaluación Financiera							
Empresa:	BANANIN			Escenario Real			
Moneda:	US\$						
Tasa de Descuento	11,89%	% de Ventas		100%	Cajas 50 galletas		36.000
	Crecimiento	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%		
	0	1	2	3	4	5	Total
Inversion Inicial	(81.079)						
Ingresos		828.000,00	869.400,00	912.870,00	958.513,50	1.006.439,18	4.575.222,68
(-) Costo de Producción		642.322,36	674.142,89	707.554,43	741.681,36	778.517,59	3.544.218,62
Materia Prima Directa		318.780,00	334.719,00	351.454,95	369.027,70	387.479,08	1.761.460,73
Mano de Obra directa		33.442,32	35.114,44	36.870,16	38.713,67	40.649,35	184.789,93
Costos Indirectos de Fabricación		290.100,04	304.309,45	319.229,32	333.939,99	350.389,16	1.597.967,97
Sueldos y Beneficios Sociales		23.368,10	24.536,51	25.763,33	27.051,50	28.404,07	129.123,50
Gastos de Depreciación		5.746,94	5.746,94	5.746,94	4.791,74	4.791,74	26.824,32
Gastos de Amortización		165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	825,00
Otros GGP		260.820,00	273.861,00	287.554,05	301.931,75	317.028,34	1.441.195,14
(=) Utilidad Bruta		185.677,64	195.257,12	205.315,57	216.832,14	227.921,59	1.031.004,05
Inflación			5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	
Gastos Operacionales		120.493,51	126.443,59	132.691,19	139.012,36	145.900,33	664.540,98
Gastos Administrativos		85.473,92	89.691,54	94.120,04	98.590,86	103.473,28	471.349,65
Sueldos y Beneficios Sociales		52.060,37	54.663,39	57.396,56	60.266,39	63.279,71	287.666,41
Gastos Generales		32.292,00	33.906,60	35.601,93	37.382,03	39.251,13	178.433,68
Gastos de Depreciación		1.077,55	1.077,55	1.077,55	898,45	898,45	5.029,56
Gastos de Amortización		44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	220,00
Gastos de Ventas		35.019,58	36.752,05	38.571,15	40.421,50	42.427,05	193.191,33
Sueldos y Beneficios Sociales		20.731,40	21.767,97	22.856,37	23.999,19	25.199,15	114.554,07
Gastos de Publicidad y Promoción		13.918,00	14.613,90	15.344,60	16.111,82	16.917,42	76.905,74
Gastos de Depreciación		359,18	359,18	359,18	299,48	299,48	1.676,52
Gastos de Amortización		11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	55,00
(=) Utilidad Operacional		65.184,13	68.813,52	72.624,38	77.819,78	82.021,26	366.463,07
Gastos No Operacionales		4.856,91	3.237,53	1.183,55	0,00	0,00	9.277,98
Gastos Financieros		4.856,91	3.237,53	1.183,55	0,00	0,00	9.277,98
(=) Resultado antes de impuestos		60.327,22	65.575,99	71.440,83	77.819,78	82.021,26	357.185,09
Participacion de Trabajadores	15%	9.049,08	9.836,40	10.716,13	11.672,97	12.303,19	53.577,76
Impuesto a la Renta	23%	11.793,97	12.820,11	13.966,68	15.213,77	16.035,16	69.829,69
Resultado Neto		39.484,17	42.919,49	46.758,03	50.933,05	53.682,91	233.777,64
(+)(-) Ajustes							
(+) Gastos de Depreciación y Amortización		7.403,68	7.403,68	7.403,68	6.209,68	6.209,68	34.630,40
(-) Redencion de Capital		(10.233,33)	(21.895,84)	(23.949,82)	0,00	0,00	(56.079,00)
Flujo de Efectivo Neto		(81.079)	36.654,51	28.427,32	30.211,88	57.142,73	59.892,59
Calculo de la TIR		(81.079)	36.654,51	28.427,32	30.211,88	57.142,73	59.892,59
Calculodel VAN Puro		46.887,85	50.323,17	54.161,71	57.142,73	59.892,59	
Valor Actual del Flujo de Efectivo		32.759	22.706	21.567	36.456	34.149	147.637

Resumen de la Evaluación

Valor Actual Neto Financiado	66.558	El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA
Valor Actual Neto PURO	110.289	El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA
Tasa Interna de Retorno	38%	La Tasa de Retorno del proyecto SI es adecuada
Beneficio / Costo	1,8 : 1	Se Acepta el Proyecto
VAN	0,00	Comprobación
Tiempo promedio recuperación	81.079	2 años 8 meses 8 días

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.11. Análisis de Sensibilización

A continuación se presenta el análisis de sensibilidad el cual muestra las ventas estimadas de la empresa al igual que la VAN y TIR real, optimista y pesimista.

Tabla 21 : Análisis de Sensibilidad

Análisis de Sensibilidad						
Empresa: Bananin s.a						
Moneda: US\$		Tasa de Descuento 11,89%				
Escenario	Ventas Estimadas	Ventas	VAN	TIR	Beneficio Costo	Calificación
Real	36.000	4.575.223	110.289	38%	1,8	a 1 Viable
Optimista	38.800	4.702.312	169.766	59%	2,6	a 1 Viable
Pesimista	33.000	4.384.588	21.074	2%	0,7	a 1 No conveniente

	VAN	TIR
Real	110.289	37,8%
Optimista	169.766	59,0%
Pesimista	21.074	2,1%

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

7.12. Indicadores Financieros

A continuación se muestran los cálculos de las razones financieras del proyecto:

Tabla 22 Indices de Liquidez

BANANIN S.A			
Análisis Financiero			Años
	Cortado a: diciembre 31, 2014		n + 1
	Moneda: US\$		
Razones de Liquidez			
Índice de Liquidez	<u>Activo Corriente</u>	39.655	0,86
	<u>Pasivos</u>	45.846	
Prueba Acida	<u>Efectivo + Ctas. Por cobrar</u>	39.655	0,71
	<u>Pasivos</u>	56.079	

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

El índice de liquidez muestra que la empresa es buena y la compañía puede utilizar sus activos para convertirlos en efectivo.

Tabla 23 Razones de Endeudamiento
Indicadores de Rentabilidad y Rendimiento

Razones de Endeudamiento			
Grado de Autonomia	$\frac{\text{Patrimonio Neto} * 100}{\text{Activos}}$	$\frac{64.484}{105.230}$	61,3%
Razón de Deuda	$\frac{\text{Pasivos}}{\text{Activos}}$	$\frac{45.846}{105.230}$	43,6%
Indicadores de Rentabilidad			
Margen Neto	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{39.484}{828.000}$	4,8%
Indicadores de Rendimiento			
Rendimiento Sobre la Inversión RO	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	$\frac{39.484}{105.230}$	37,5%
Rendimiento Sobre el Capital ROE	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}}$	$\frac{39.484}{64.484}$	61,2%

Elaborado Por: Jenniffer Estrada

El porcentaje de endeudamiento de la empresa es del 43,6% es decir que la empresa tiene pocas probabilidades de irse a la quiebra y puede este porcentaje disminuir al pasar los años, el índice de rentabilidad representa el 4,8% el cual es el margen neto de la compañía.

Se puede concluir que el proyecto es rentable debido:

- La TIR es superior a la tasa de descuento.
- Existe utilidad neta positiva.
- No hay saldo negativo en el total de flujo de caja.
- El VAN es positivo.
- Hay utilidad neta positiva.
- Se utiliza toda la capacidad instalada.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que si es posible la ejecución del siguiente proyecto ya que los mercados actuales requieren de productos que sean innovadores y creativos para que compitan directamente con otros, demanden las necesidades de los clientes y al mismo tiempo logren su fidelidad, así mismo productos que no sean nocivos al medio ambiente y tengo alto nivel de calidad.

El personal que forma parte de la estructura organizacional de la empresa permitirá que marche sin ningún problema ya que se los seleccionara rigurosamente y cumplirán con los perfiles y funciones previamente señaladas.

La creación de esta empresa generara también empleo y será de beneficio para aquellos productores que tengan desechos de banano ya que recibirán un ingreso extra por la compra de los mismos, por lo tanto la materia prima será de fácil obtención y se la podrá comprar a un bajo costo.

- El estudio de mercado que se realizó fue destinado a 400 personas de la ciudad de Guayaquil, como resultado se obtuvo una respuesta positiva y se observó que las edades a las cuales se dirigía el producto estarían entre los 7-40.
- Cumple con los objetivos y metas propuestas del Plan del Buen Vivir.
- Muchos de los encuestados respondieron que sus productos los comprarían a sus hijos, también se realizó un grupo focal para entender más a fondo las necesidades de los clientes.
- La inversión del proyecto es de \$76.079 monto que será dividido el 26% de capital social y el 74% por financiamiento.
- De acuerdo a los indicadores financieros VAN y TIR el proyecto es rentable para su ejecución.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones del proyecto servirán para que en un futuro la empresa tenga un mayor crecimiento en el mercado nacional y en un futuro internacional, las sugerencias serán implementadas por la gerencia y con la colaboración de los empleados de la compañía.

Entre las recomendaciones del proyecto se puede señalar las siguientes:

- El Gobierno de paso a nuevas oportunidades para las empresas que recién se posicionan en el mercado ya que esta es una compañía que utilizara un porcentaje de fruta que es desechada habitualmente.
- Capacitación constante al personal de la empresa sobre las nuevas tecnologías y el manejo de maquinarias.
- Buscar productores o industrias cercanas a la empresa para la reducción en costos de transporte.
- Aumentar y diversificar la línea de productos a ofrecer.
- Analizar continuamente el ambiente laboral de la organización para que los empleados se sientan tomados en cuenta y motivados, generando un mejor desempeño en sus trabajos.
- Analizar los riesgos económicos que podría tener la empresa y como confrontarlos.
- Analizar mercados internacionales para en un futuro exportar el producto y ser reconocido globalmente.

Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2013, 24 de Septiembre) Nuevo trámite para obtener el permiso de funcionamiento. *El emprendedor*. Recuperado de <http://www.eemprendedor.ec/permiso-de-funcionamiento/>
- Agroban (2014, 13 de Enero). Ecuador: cerca del 30% del banano no podrá ser exportado. Recuperado de <http://agroban.com.ec/?p=171>
- Alzamora, Román.H.E. (2009). *Plan de marketing*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/534/PLAN%20DE%20MARKETING%20DEFINICION%20DE%20TERMINOS%20BASICOS.htm>
- Arias, P; Pankers, C; Liu, P; & Pillauskas, P. (1985-2002). *La economía mundial del banano*. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=vaNJC7-F5WIC&pg=PA19&dq=el+banano+en+ecuador&hl=es&sa=X&ei=ZYTpUrabJemqsQTAo4DoCg&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=el%20banano%20en%20ecuador&f=false>
- Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2m.htm>
- Camaro, P. (2010). *Aproximación a la calidad de vida en el trabajo en la organización castrense venezolana*. (Tesis de doctorado). Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/INSTRUMENTOS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20DATOS.htm>
- Castillo, R. & Juarez, A. *Análisis organizacional y de imagen de asociaciones no lucrativas*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/431/Analisis%20FODA.htm>
- Eleazar Angulo, L. *Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense. Un estudio de caso*. (Tesis de doctorado). Recuperado de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tipos_investigacion.html
- Gómez López, R. (2004). *Evolución científica y metodológica de la economía*. Recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/rgl-evol/2.4.2.htm>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Kothler,P. (1996). *Estrategias de producto de consumo*. Recuperado de http://moodle.unid.edu.mx/dts_cursos_mdI/unida/AN/MC/MCS03/MCS03_Lectura.pdf

- Kourous, G. (2013, 11 de Septiembre). *Food and Agriculture Organization*. Recuperado de <http://www.fao.org/news/story/es/item/196368/icode/>
- Ley de compañías, sección I. (1999). *La comisión legislativa y codificación*. Recuperado de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Libro II Código de Salud Título IV (1998). *Requisitos y trámites para obtener el registro sanitario*. Recuperado de <http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Requisitos%20para%20Obtener%20el%20Permiso%20Sanitario.pdf>
- Mercado, H. & Palmerín, M. (2007). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>
- Ministerio de Salud Pública No. 4522 Pág. 6. Recuperado de http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/ACUERDO_00004522.pdf
- Terra (2011, 25 de Octubre). *Bananeros preocupados por excedente de producción y caída del precio*. Recuperado de <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=1234024>
- Ordoñez Moreno, A. (2005). *Diseño de un proceso para la maduración acelerada de banano utilizando etefón como agente madurador*. (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica Del litoral) Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4252/1/6772.pdf>
- Pasqual, J. (1999). *La evaluación de políticas y proyectos*. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=N8W0Hp63CxcC&pg=PA129&dq=es+la+valoraci%C3%B3n+bruta+de+la+cantidad+consumida+de+un+bien+menos+el+coste+en+el+que+ha+tenido+que+incurrir+para+poder+consumir+esta+misma+cantidad&hl=es&sa=X&ei=dGXpUtvIOKiosQSGkoDoCw&ved=0CDIQ6wEwAA#v=onepage&q=es%20la%20valoraci%C3%B3n%20bruta%20de%20la%20cantidad%20consumida%20de%20un%20bien%20menos%20el%20coste%20en%20el%20que%20ha%20tenido%20que%20incurrir%20para%20poder%20consumir%20esta%20misma%20cantidad&f=false>
- Rodrigues, B; Hoffmann, M; Mackedanz, F; & Hoffmann, M. (2011). *Como investigar cualitativamente. Entrevista y cuestionario*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/11/bmfm.htm>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. *Buen Vivir Plan Nacional 2013-2017*. Recuperado de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Servicio de Rentas Internas. *Periodo Tributario*. <http://www.sri.gob.ec/web/10138/520>

Suarez, M & Crespo, G. (2002-2003). *Jaleas de banano a partir del banano desechado*. (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica Del litoral)
Recuperado de
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3552/1/6079.pdf>
Tamayo. (2011). *Población y Muestra*. Recuperado de
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
Zuleyma, Loggio, L. *La gestión del conocimiento como ventaja competitiva para las agencias de viajes y turismo*. (Tesis de doctorado). Recuperado de
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>

ANEXOS

ANEXO 1. Formato de la Encuesta



Para saber lo que le interesa al cliente, y poder ofrecer unas galletas a base de banano deliciosas de excelente calidad solicitamos la siguiente encuesta.

SEXO:

EDAD:

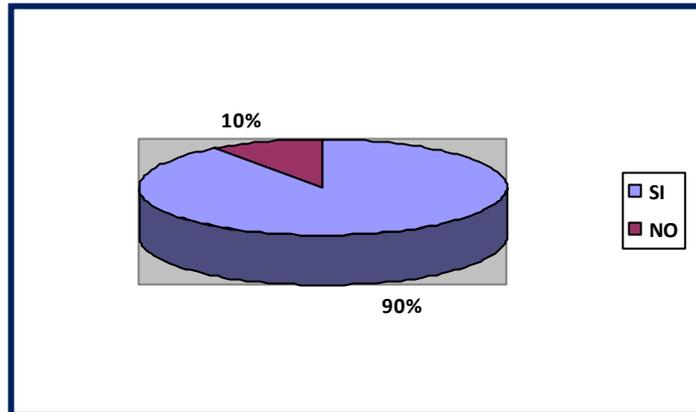
- 1) ¿Consume galletas?
 - Sí
 - No
- 2) ¿Conoce usted los beneficios del banano?
 - Sí
 - No
- 3) ¿Qué le parece la creación de una galleta a base de excedente de banano?
 - Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
- 4) ¿Con que frecuencia la compraría?
 - 1 vez a la semana
 - 2 veces a la semana
 - 3 veces a la semana
 - 4 veces a la semana

- 5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de 6 galletas?
- 0.82-0.96
 - 0.66-0.81
 - 0.50-0.65
- 6) Seleccione una marca de galletas que consuma a menudo
- Oreo
 - Ducales
 - Amor
 - Clubsocial
 - Ricas
- 7) ¿Al momento de comprar galletas en que factores se fija?
- Precio
 - Presentación
 - Tamaño
 - Marca
 - Sabor
- 8) ¿Dónde acostumbra usted a comprar galletas?
- Supermercado
 - Panadería
 - Dispensador
 - Tienda
 - Farmacias
 - Minimarkets

Gracias por su colaboración.

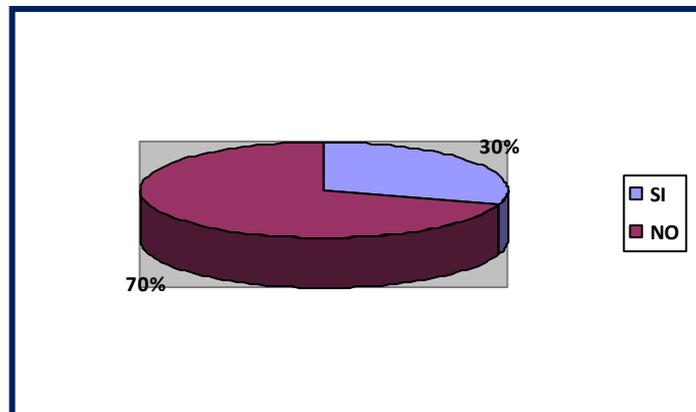
ANEXO 2. Gráficos

Gráfico 7 Consume Galletas



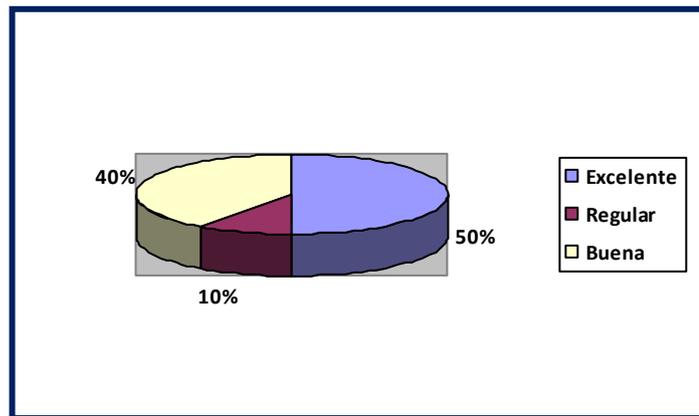
Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 8 Conoce los Beneficios del Banano



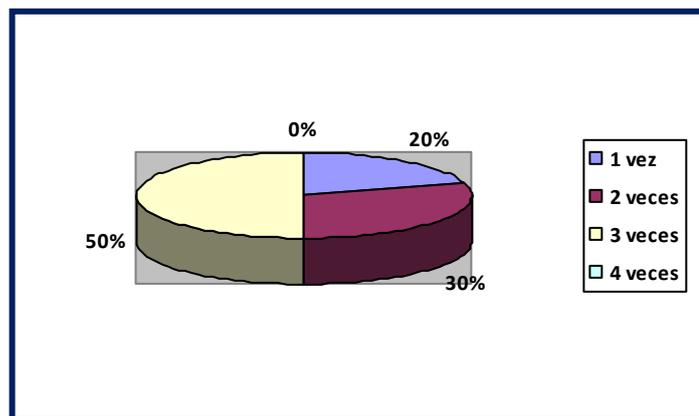
Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 9 Que le parece la idea de una galleta a base de excedente de banano



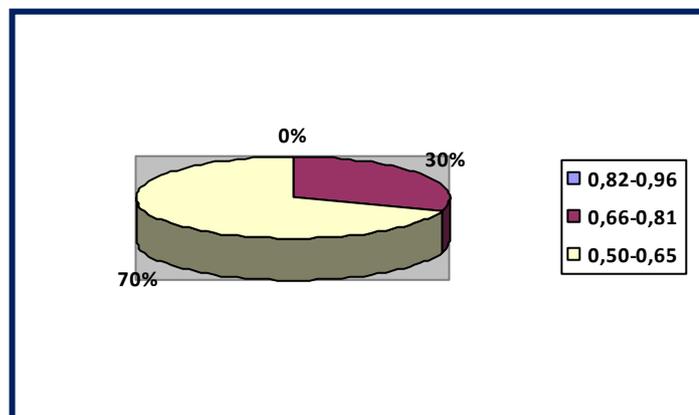
Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 10 Frecuencia en que la compraría (Semanalmente)



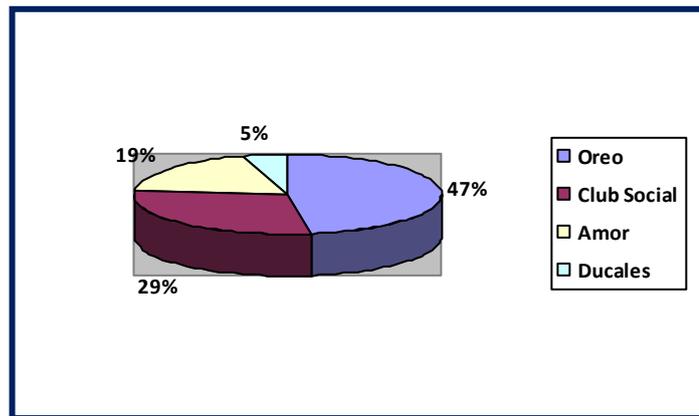
Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 11 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un paquete de seis galletas



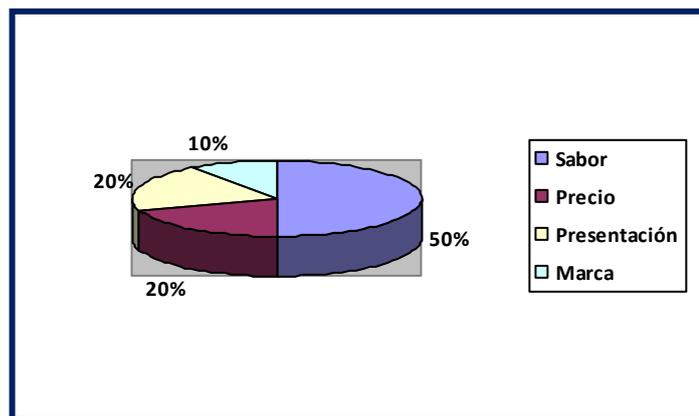
Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 12 Seleccione una marca de galletas que consume a menudo



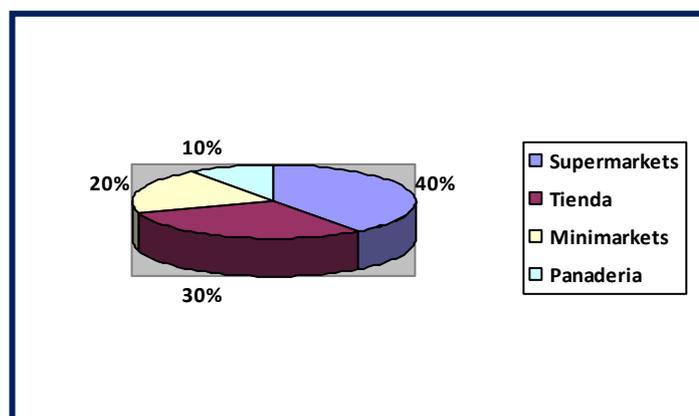
Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 13 Al momento de comprar galletas en que se fija



Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada

Gráfico 14 Donde acostumbra a comprar galletas



Fuente: Encuestas para el Estudio del mercado
Elaborado Por: Jenniffer Estrada