



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA PRODUCCIÓN DEL PAN DE
BANANO (BANAPÁN) A BASE DE HARINA DE BANANO,
FRUTOS SECOS Y AVENA**

Pertenece a:

Lucy Andreína Palacios Rodriguez

Tutor:

Ing. Yolanda Pinzón

SAMBORONDÓN, 2 de Mayo del 2017

ECUADOR

Índice General

1. Introducción.....	4
2. Justificación.....	4
3. Problema a resolver.....	5
4. Objetivo general.....	5
5. Objetivos específicos.....	6
6. Resumen ejecutivo.....	6
7. Misión y Visión.....	7
8. Metas.....	7
9. Viabilidad legal.....	7
10. Mercado Objetivo.....	8
11. Análisis de mercado.....	11
11.1. Mercado objetivo.....	11
11.2. Análisis PESTAL.....	12
11.3. Análisis FODA.....	16
11.4. Análisis 4 Ps.....	17
11.5. Análisis demanda y oferta.....	18
11.6. Estrategia de diferenciación.....	20
11.7. Acciones de promoción.....	21
11.8. Canales de distribución.....	21
12. Análisis operativo.....	22
12.1. Localización y descripción de las instalaciones.....	22
12.2. Método de producción.....	22

12.3. Capacidad instalada.....	23
12.4. Cadena de abastecimiento, Diagrama de flujos de procesos, OTIDA.....	23
12.5. Recursos humanos.....	25
13. Metodología.....	26
13.1. Análisis de Resultados.....	27
14. Análisis Financiero.....	29
14.1. Inversión inicial.....	29
14.2. Gasto Financiero.....	30
14.3. Estado de Resultados.....	30
14.4. Flujo de caja proyectado.....	31
14.5. Tasa Interna de Retorno.....	31
15. Conclusiones.....	32
16. Referencias bibliográficas.....	33

1. Introducción

Este proyecto tiene como finalidad la elaboración y comercialización de Pan de Banano, un producto nutritivo que se elaboraría con mano de obra y materia prima proveniente exclusivamente de Ecuador. El mercado objetivo del proyecto son personas de nivel socioeconómico medio-alto y alto de la ciudad de Guayaquil.

Se escogió esta segmentación de mercado porque el proyecto se enfoca en personas que tengan el nivel de ingresos suficientes para la compra del producto que se pretende comercializar debido a que no es un producto de primera necesidad, sin embargo, aporta muchos valores nutricionales al cuerpo.

Es por esto que se promueve la venta de un pan hecho con banano, que es un recurso nacional muy reconocido a nivel mundial para así entrar en el mercado local con un producto cien por ciento ecuatoriano.

2. Justificación

El banano es una fruta que contiene propiedades nutricionales como el hierro, potasio y magnesio, su alta carga nutritiva hace que sea uno de los productos más comercializados a nivel internacional. La mayoría del banano producido en el Ecuador se lo destina al extranjero para cubrir la creciente demanda de los mercados internacionales, por lo cual este fruto debe de pasar por varios procesos y etapas de verificación de calidad. Al momento de ser sometido al control de calidad, una gran parte del banano producido queda rezagado y no es exportado. Esta cantidad de banano rezagado se lo conoce como rechazo.

La principal opción que plantea este proyecto es utilizar este rechazo para la elaboración del pan de banano puesto que sigue teniendo las mismas propiedades nutricionales que proporcionan energía y ayudan a mantener un cuerpo sano a las personas en su vida diaria. Para poder atraer a los clientes, este alimento además de ser hecho en su 100% con banano ecuatoriano se le adicionará frutos secos como nueces y almendras en la superficie para que añadan mejoras nutricionales al pan de banano.

De este modo, se fomentará el uso del rechazo del banano para la creación de un nuevo producto y el aumento de la producción y de los ingresos económicos del sector panificador y bananero.

3. Problema a resolver

El banano ecuatoriano es considerado uno de los mejores a nivel mundial debido a su rigurosa forma de producción y verificación de la alta calidad que debe de presentar al momento de su exportación. En la etapa de verificación se identifica el rechazo el cual es la cantidad de banano que no puede ser exportado por no cumplir con los parámetros mínimos que se exige para su venta a nivel internacional. Debido a la gran cantidad de banano desperdiciado catalogado como rechazo, los productores de banano a nivel nacional asumen pérdidas y terminan haciendo uso de dicho rechazo para otros usos o como alimento para animales y no como producto para la venta.

4. Objetivo General

- Elaborar un pan de banano en base al rechazo de las bananeras que aporten mejoras nutricionales para los consumidores en la ciudad de Guayaquil.

5. Objetivos específicos

- Establecer la demanda de consumidores que se puedan llegar a tener dentro de la ciudad de Guayaquil y ciudades aledañas.
- Analizar la competencia, valor agregado y las mejoras nutricionales para la elaboración del producto.
- Determinar la viabilidad del proyecto y los recursos financieros de la empresa que sean necesarios para satisfacer las necesidades en el corto, mediano y largo plazo.

6. Resumen ejecutivo

El presente proyecto plantea como objetivo principal la estructuración de un plan de negocios para la creación de una compañía encargada de la producción y distribución de pan de banano “Banapan” que es un producto nutritivo elaborado con mano de obra y materia prima ecuatoriana. El Banapan será elaborado a base del banano de rechazo de las cuales las bananeras no exportan debido a que no cumplen con un alto nivel de calidad pero que perfectamente es consumibles para las personas.

Banapan es un proyecto que contará con talento humano capacitado para poder elaborar un pan de banano de alta calidad para que el consumidor final se sienta satisfecho por el producto que adquirió. El banapan será distribuido a través de las cadenas de supermercados y mini markets conocidos en la ciudad de Guayaquil y su periferia. Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas en donde se determinó que a la mayoría de personas les encantaría comprar un pan de banano que sea una fuente nutritiva para su día a día.

7. Misión

Brindar a nuestros consumidores un pan de banano elaborado con las más altas propiedades nutricionales que brinda el banano y los frutos secos para de esa forma contribuir con el bienestar de la sociedad en general.

Visión

Ser la mejor empresa en cuanto a la elaboración de pan de banano nutritivo se refiere. Con altos estándares de calidad en su producto y reconocida a nivel nacional por su eficiencia, rentabilidad y por la contribución a mejorar la salud de los clientes.

8. Metas

- Elaborar un pan de banano de alta calidad que sea una fuente nutritiva para los consumidores.
- Llegar a estar dentro de las cadenas de supermercados más conocidas a nivel nacional.
- En el largo plazo exportar el banapan hacia países que sean altamente consumidores de banano.

9. Viabilidad legal

La creación de una empresa dedicada a la elaboración de pan de banano conlleva a ciertos requisitos legales que se deben de cumplir para su correcto funcionamiento. Dentro de la legislación específica de la constitución de la compañía, elaboración de producto y comercialización, se pudo establecer que no existe ninguna ley que prohíba la producción y comercialización del pan de banano dentro del Ecuador. Además, se conocen los pasos que

establece el marco legal de la ley de compañías para que la empresa pueda ser creada y que entre en funcionamiento(Ley de Compañías, 2014).

10. Mercado objetivo

Estructura legal de una empresa

- **Compañía limitada:** Empresa formada por mínimo 2 y máximo 15 socios y que se establece que tiene un capital cerrado, lo que quiere decir que posee un número limitado de acciones que no podrán ser cotizadas en la bolsa de valores(Ley de Compañías, 2014).

Pasos a seguir para la constitución de una empresa

- 1. Reservar un nombre en la superintendencia de compañías:** Se debe de establecer un máximo de 5 nombres para que sean llevados a la superintendencia de compañías, estos son revisados para evitar cualquier coincidencia con alguno ya existente.
- 2. Elaboración de estatuto social:** Se deberá de elaborar un estatuto social, este es un contrato social que regirá a la sociedad y se lo validará únicamente por medio de una minuta firmada y autorizada por un abogado.
- 3. Abrir una cuenta de integración de capital:** Se debe aperturar una cuenta bancaria en cualquier banco del país, siguiendo los requisitos específicos que presenta cada institución financiera para las empresas. Se deberá de esperar que se emita el certificado de cuentas de integración de capital que se demora aproximadamente 24 horas.

4. **Elevar a escritura pública:** Se deberá de acudir donde un notario público con la reserva del nombre, la minuta con los estatutos y el certificado de cuenta de integración de capital.
5. **Aprobación por parte de la superintendencia de compañías:** La superintendencia de compañías como la autoridad competente hace la entrega de las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura. Se entrega al notario la documentación respectiva para su marginación, con la resolución de la superintendencia de compañía.
6. **Contacto con el registro mercantil:** Se pide al registre mercantil el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de entregar al registro mercantil acompañado con las escrituras marginadas y los nombramientos de las autoridades de la empresa como gerente y presidente.
7. **Entrega del RUC:** La superintendencia de compañías concede el RUC para el funcionamiento de la compañía. Una vez obtenido el RUC, se debe de sacar una copia y llevar a la superintendencia de compañías para solicitar al banco y de esa forma poder retirar el capital que se aportó.

Derechos y obligaciones de los socios

El artículo 114 de la ley de compañías determina que el contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre y cuando no se oponga a las disposiciones legales y los socios tendrán los siguientes derechos:

- Los socios tendrán el derecho a intervenir a través de asambleas en todas las decisiones de la compañía, cada participación dará el derecho a un voto para el socio.
- A recibir las ganancias que le corresponda, siempre y cuando en el contrato social no se hubiere especificado la distribución de las ganancias de otra forma.
- Limitación de su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales.
- A no devolver las ganancias percibidas que fueran de buena fe, pero si se demuestra lo contrario estarán obligados a devolverlas a la compañía.
- No están obligados a aumentar su participación social.

Obligaciones de los socios

Entre las obligaciones de los socios se encuentran que tienen que cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social, pagar a la compañía la participación suscrita, no entrometerse en la administración, cumplir con las prestaciones y aportaciones suplementarias previstas en el contrato social, responder a la compañía y terceros por la pérdida que tengan por la falta de capital sobre la participación social(Ley de Compañías, 2014).

Ley de régimen tributario interno

El código tributario regula las relaciones jurídicas que provienen de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Los tributos se aplican a nivel nacional, provincial, local o municipal. Por ejemplo, se entiende como tributo a las tasas, contribuciones especiales o impuesto. La ley establece que se determinará un impuesto a la renta global de personas naturales o jurídicas (nacionales o

extranjeras). El sujeto activo será representado por el estado, mientras que el sujeto pasivo del impuesto a la renta son las personas naturales y personas jurídicas (nacionales, extranjeras, domiciliadas en el territorio nacional o no en el país que perciban ingresos gravados de conformidad como lo establezca la ley(Ley de Compañías, 2014).

Normas sobre contabilidad

Las compañías deben de tener en cuenta que según la ley estas tienen que llevar su contabilidad en idioma español y expresarlas en la moneda nacional (Dólar). La compañía no puede llevar la contabilidad en otro territorio nacional diferente de su oficina principal, esto solo se lo podrá realizar bajo la autorización de la superintendencia de compañías. De la misma forma, la superintendencia de compañías puede exigir los principios contables de general aceptación(Ley de Compañías, 2014).

Elaboración de balance

La administración de la compañía se encuentra obligada permanentemente a presentar anualmente el balance anual, estados de resultados y la propuesta de distribución de beneficios sociales, en un plazo de ni más ni menos de sesenta días desde que termina el ejercicio económico(Ley de Compañías, 2014).

11. Análisis de mercado

11.1.Mercado Objetivo

El presente proyecto tiene como finalidad la elaboración y comercialización de Pan de Banano, un producto nutritivo que se elaboraría con mano de obra y materia prima proveniente exclusivamente de Ecuador. El mercado objetivo del proyecto son personas de nivel socioeconómico medio-alto y alto de la ciudad de Guayaquil.

Se escogió esta segmentación de mercado porque el proyecto se enfoca en personas que tengan el nivel de ingresos suficientes para la compra del producto que se pretende comercializar debido a que no es un producto de primera necesidad, sin embargo, aporta muchos valores nutricionales al cuerpo.

Es por esto que se promueve la venta de un pan hecho con banano, que es un recurso nacional muy reconocido a nivel mundial para así entrar en el mercado local con un producto cien por ciento ecuatoriano.

11.2. Análisis PESTAL

Político

De acuerdo al factor político la producción del producto Banapán tiene que realizarse de acorde a los requisitos ambientales y demás certificaciones que indiquen que el producto cuenta con todos los aspectos legítimos. Además de eso se debe tener en cuenta la protección a las inversiones hechas por terceros para que no sientan que están en peligro, lo cual dependerá mucho de la situación política del país, analizando específicamente el riesgo país que es uno de los indicadores más importantes (Ayala & Arias, 2015).

En lo político también se debe hacer referencia a la protección de la propiedad intelectual del producto tanto de su nombre y logo, para lo cual se lo realizará a través de la inscripción del nombre del producto, modelo y marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para evitar cualquier copia de los derechos de autor y de marcas (Ayala & Arias, 2015).

Al realizar los convenios con los pequeños productores de banano de las provincias del Oro, Guayas y los Ríos se busca alcanzar la estabilidad social entre las principales comunidades, ya que se intenta lograr la mayor participación de los sectores afectados por no exportar sus cajas de banano(Ayala & Arias, 2015).

Económico

La economía del Ecuador actualmente se encuentra atravesando problemas de contracción dentro de sus ciclos económicos, lo que ha hecho que no sea rentable para ninguna empresa ni inversionista dejar sus recursos, puesto que sus costos son muy elevados y a la vez el riesgo de inversión es alto(Ayala & Arias, 2015)

Cabe recalcar que el sector bananero ha sido uno de los más importantes dentro de la economía del Ecuador, puesto que ha sido la actividad que mayor dinamismo y crecimiento le da a la economía. El país es considerado actualmente como uno de los principales exportadores del banano en el mundo entero, ya que alrededor del 30% de oferta mundial de este producto proviene del Ecuador.

El fenómeno del niño y la aparición de la sigatoka han sido uno de los aspectos que afectaron de manera directa en la producción del banano, puesto que sus precios disminuyeron, lo que ha hecho que existan contiendas entre los exportadores y productores de este producto. En el caso del sector bananero no existe mucha presencia de impuestos que afecten tan significativamente los precios del banano, sin embargo, lo que si hay es una serie de muchos requisitos que deben cumplir los productores para poder exportar su producto hacia el extranjero(Ayala & Arias, 2015).

Social

En el aspecto social se hace referencia básicamente de la demografía y de las personas que podrán ser los usuarios potenciales del producto a realizar, sin embargo, la mayoría de estudios suelen omitir este aspecto al momento de analizar el contexto económico y financiero de un producto o proyecto. Banapan es un producto que va dirigido a las personas de clase media alta-alta que van desde las edades de 15 años hasta los 65 años de edad y a las personas que se encuentran en la tendencia fitness con el fin de mantenerse en forma y en buen estado de salud(Ayala & Arias, 2015).

Este producto aporta con grandes valores nutricionales a la salud, puesto que entre sus ingredientes se encuentran frutos secos como las nueces y almendras, las cuales sirven para mantener el corazón sano y sirven como frutos reguladores de grasas dentro de cada persona. Además de eso, estos frutos generan un valor adicional al producto, ya que la competencia también ofrece el mismo pan, pero no con la presencia de los frutos secos empleados para este producto, claramente sin olvidarse que también se emplea avena para decorar el pan(Ayala & Arias, 2015).

Este pan de banano equivale a comerse un guineo o atún y proteínas después de realizar una jornada pesada de ejercicios físicos, puesto que brindan la misma cantidad de nutrientes e incluso un poco más, sin embargo, se debe tomar en cuenta que no se puede exagerar en dichas cantidades, ya que podría generar algún desorden alimenticio.

Tecnológico

El aspecto tecnológico es uno de los factores más importantes para cualquier empresa dentro de los sectores de producción de la economía. La tecnología es la razón por la cual los negocios actualmente se han desarrollado, puesto que mejora la producción y su calidad y a la vez disminuye el tiempo de operación de los bienes y servicios que una empresa ofrezca. Es importante recordar que los factores tecnológicos permiten reducir las entradas y niveles requeridos para que una empresa pueda producir de la manera más eficiente y puedan tomar las mejores decisiones(Ayala & Arias, 2015).

En las industrias el aspecto tecnológico es mucho más importante, debido a la velocidad de los procesos de producción, sin embargo, para las empresas es muy difícil manejarse a un ritmo así de rápido, puesto que los costos a los que incurrirían son muy altos y porque las empresas no cuentan con el personal especializado para que hagan correcto uso de las herramientas y aparatos tecnológicos(Ayala & Arias, 2015).

Ambiental

Los productos como el pan a base de banano otorga un sin número de beneficios al medio ambiente y a la sociedad, entre los cuales están los siguientes: a) contribuir en la conservación y uso de los recursos naturales, b) provienen mayores valores nutricionales a diferencia de aquellos productos básicos como el pan simple a base de harina de trigo, c) genera un equilibrio a nivel biológico(Ayala & Arias, 2015).Conservar el medio ambiente es uno de los objetivos que todas las empresas deben cumplir en la actualidad si quieren ser consideradas como una empresa socialmente responsable, puesto que es difícil que ahora lo ambiental se encuentre desconectado del mundo de los negocios, ya que solo de esa manera

las personas podrán tomar conciencia de todo aquello que hagan en la naturaleza (Ayala & Arias, 2015).

11.3. Análisis FODA

FORTALEZAS

La ubicación de la fábrica permitirá que el producto tenga mayor actividad de comercialización .

El Área de investigación y desarrollo permite que el producto pueda evolucionar conjuntamente con las necesidades del mercado.

Las capacitaciones a los trabajadores brinda como recompensa una mayor productividad y rendimiento por cada uno de ellos hacia a la empresa.

Costos bajos de producción.

OPORTUNIDADES

La ausencia de productos sustitutos permiten que este tipo de productos tenga una participación superior dentro del mercado.

La ley de antimonopolios en el Ecuador permite la libre competencia y libertad de consumo para los consumidores.

La política arancelaria para los productos externos con valor agregado superior son una barrera fuerte de entrada para empresas internacionales que pueden quitar participación al mercado..

DEBILIDADES

Al ser el tamaño de la fábrica muy pequeña se reduce la capacidad productiva de la empresa.

Necesidad de maquinarias más actualizadas y eficientes

Bajo nivel de promoción

Poco contacto directo con el cliente

AMENAZAS

El alto poder de negociación de proveedores aumenta la dependencia con cada uno de ellos y los costos de fabricación también.

El riesgo moderado de ingreso de competidores potenciales amenaza en aumentar la competencia y en la mayor distribución de las utilidades

Poder de negociación de compradores elevado hará que tengan la posibilidad de exigir precios más convenientes con ellos y disminuir los ingresos propios.

Después de haber realizado el estudio en base a los factores anteriormente mencionados, se dedujo el país tiene todas las alternativas para que un negocio pueda realizarse de la mejor manera, siempre y cuando estos no se vean afectados. Cabe recalcar que actualmente el país no se encuentra atravesando su mejor momento, lo que ha hecho que cada vez se haga más difícil la construcción de más áreas corporativas, sin embargo, se espera que esta situación mejore para el bien, ya sea del país como del entorno empresarial.

11.4. Análisis de las 4 P

Plaza

Las operaciones de producción del pan de banano se realizarán desde una planta pequeña ubicada en la vía a Daule, debido a que ese sector se encuentra rodeado de sectores industriales, y porque su costo es mucho barato y solo se necesitará de un lugar en el que se pueda elaborar el producto, debido a que el producto será entregado a través de centros comerciales y centros de venta de productos fitness.

Precio

El precio del pan de banano se lo procederá a emplear después del análisis del estudio financiero primeramente, puesto que este debe cubrir los gastos que se incurrieron para la realización del producto, y también se lo procederá a establecer de acorde al nivel socioeconómico al cual está destinado el producto final, el cual es el nivel medio alto y alto.

Producto

El producto que se ofrecerá es el pan elaborado a base de banano con la implementación de frutos secos como las almendras, nueces y macadamias cubiertos con avena. La idea final de este producto es hacer el cambio total de la harina de trigo por la hariana hecha a base de banano, el cual es otro producto nuevo que se puede realizar con el rechazo de los productores de banano.

Promoción

La promoción del pan de banano se realizará mediante los centros comerciales en el área de los productos de estilo gourmet, en los centros de venta de productos fitness, en los cuales se venden mucho los alimentos que son naturales y a base de proteínas y potasio, los cuales son base del producto Banapán.

11.5.Análisis de la demanda y la oferta

Demanda

Uno de los aspectos más importantes que deben ser tomados en cuenta en cualquier desarrollo de producto es sin duda alguna la demanda y la oferta del producto, puesto que sería en vano para cualquier empresa elaborar un producto sin saber quiénes serán los que los consumirán, y quienes serán los encargados de comercializarlos.

En Guayaquil se puede observar que el mercado en los últimos se ha ido desarrollando de manera importante con respecto a la comercialización de productos

gourmets, ya que estos han comenzado a tomar mayor relevancia dentro del mercado, especialmente de aquellas personas que se encuentran relacionadas con el contexto fitness.

Como bien se conoce el producto que se pretende comercializar en las principales áreas de distribución va dedicado para aquellas personas que cuentan con un nivel socioeconómico medio alto – alto, ya que al no ser nuestro producto una necesidad, los únicos que inicialmente podrían consumirlos serían las personas que se encuentran en dichos niveles socioeconómicos, sin embargo, no se descarta que se puedan realizar productos a menores costos que vayan dedicados al target de personas con un nivel socioeconómico medio.

Para el primer año se estima vender alrededor de 2800 unidades de pan de banano dentro del sector alimenticio, sin embargo, se pretende incrementar la producción en un 5% anualmente, ya que ese es el valor de crecimiento que tuvo el sector bananero después del mal momento que la economía del país se encuentra atravesando.

Oferta

Los principales medios de distribución que ofrecerán el pan de banano hacia las personas serán: centros comerciales, centros de venta de productos que tengan relación al ámbito nutricional, puesto que el producto cuenta con ingredientes naturales importantes para el control de la salud, tales como los frutos secos y la avena. Y por último el producto podrá ser ofrecido también como un suplemento nutricional dentro de los centros de actividades deportivas, como los Gimnasios entre otros.

11.6. Estrategias de diferenciación

El proceso de diferenciación de los productos en la actualidad es una estrategia de comercialización que las organizaciones han empezado a utilizar para poder establecer diferencias con respecto a los productos similares que se encuentran dentro del mercado. Al aplicar las estrategias de diferenciación en la producción de bienes de las empresas les suele otorgar una pequeña ventaja con respecto a las empresas que son consideradas como grandes (Kelchner, 2008).

Las estrategias de diferenciación normalmente deben ser direccionadas a un segmento específico de ventas dentro de un sector, ya que de esa manera se pretende lograr que las empresas puedan darse cuenta que los productos ofrecidos en el mercado no son los mismos, debido a que muestran una pequeña diferencia ante los demás productos (Kelchner, 2008). El producto entregado por parte de la empresa se diferencia a sus competidores, debido a los ingredientes y procesos nuevos que se aplicaron para su producción. Entre una de esas diferencias, se encuentran el uso de productos secos como las almendras, nueces, avellanas y macadamias a su receta principal y el empleo de avena como complemento para la decoración final del producto.

Otra de las estrategias de diferenciación a la cual se apostó es al empaque y presentación final del producto al momento de ser distribuidos a los lugares propuestos en la oferta de este producto, ya que al tomar en cuenta los ofrecidos por la competencia son empaques muy sencillos y de color transparente. Banapán será ofrecido a través de un empaque de color dorado en donde se encontrará el logo del producto para que pueda ser reconocido a simple vista por parte de los clientes.

11.7. Acciones de promoción

Las acciones de promoción son aquellas actividades que realizan las empresas para que su producto pueda llegar lo más lejos posibles y a la mayor parte del target seleccionado. Uno de los principales medios a utilizar para la promoción del pan de banano es a través de los medios de publicidad y del marketing por parte de la empresa, lo que permitirá que el producto pueda ser mayormente conocido tratando siempre de que se lo realice al menor costo posible.

11.8. Canales de distribución

Los canales de distribución que se emplearán para que el producto llegue al consumidor final serán los denominados canales largos de distribución, los cuales van desde el fabricante, pasando por los mayoristas y minoristas hasta llegar al cliente final quién es el que va a consumir dicho producto. Las cantidades que llegarán a cada mayorista y minorista deberán dividirse hasta lograr alcanzar la producción mensual indicada y a los precios establecidos para la clase social a la cual es dirigida. Este tipo de canales de distribución aportan a los otros canales los beneficios referentes al producto que se está comercializando. Estos canales a diferencias de los demás no son tan infinitos, debido a que la producción es planificada y esta no debe excederse a las establecidas al inicio del periodo.

En pocas palabras los canales mediante el producto será distribuido permitirá afianzar la relación entre los fabricantes del producto con las otras partes, de tal manera que el consumidor reciba y vea el producto de la mejor manera generándole valor e importancia.

12. Análisis Operativo

12.1. Localización y descripción de las Instalaciones

Las instalaciones en las que se realizará la producción del pan de banano serán en la Vía Daule Km seis y medio, debido a que dicha zona se encuentra rodeada de industrias, lo que hace más sencillo poder conseguir herramientas que sean necesarias para la producción. En dicha planta se contará con dos oficinas administrativas, la cocina, un cuarto de almacenamiento de los insumos para el producto y el área de atención al cliente en la cual se tomará la orden de los mayoristas y minoristas.



Figura 1. Ubicación de las instalaciones del Banapán

12.2. Método de producción

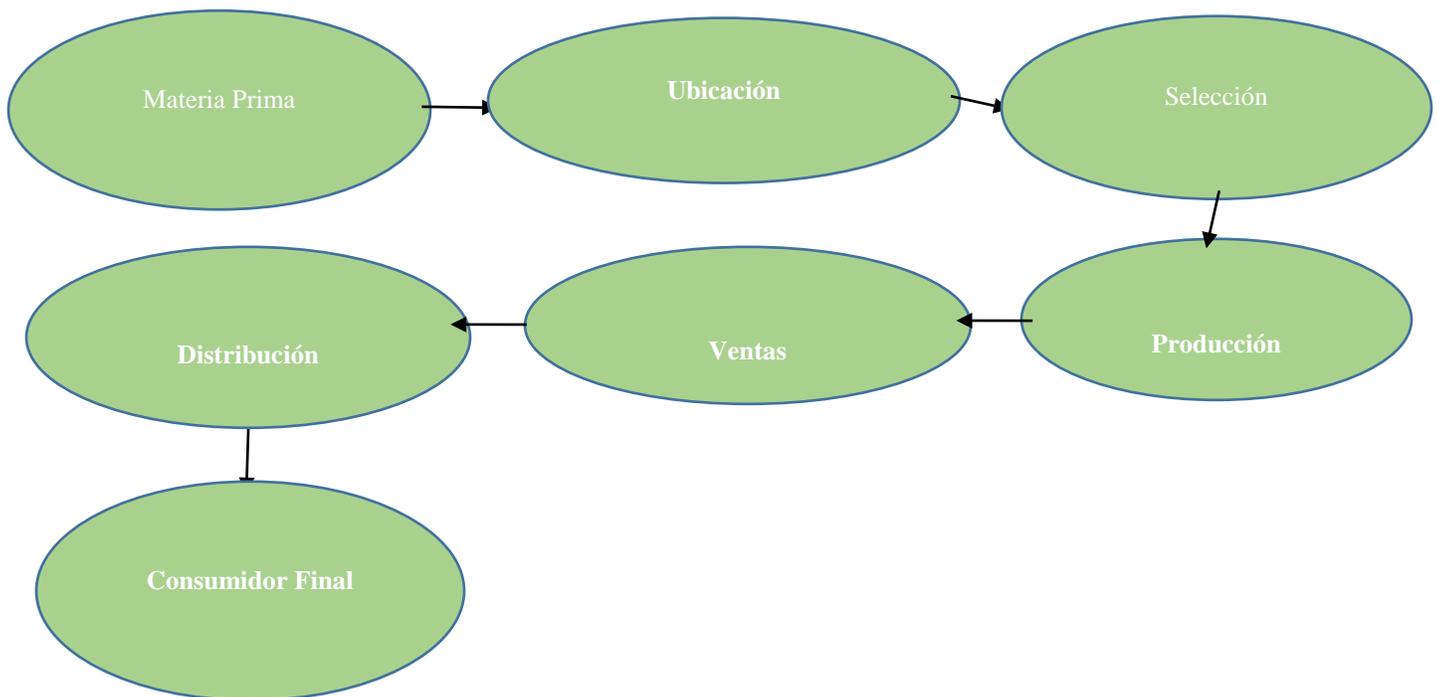
El proceso de producción que se realizará será bajo órdenes de producción. En el proceso de producción del pan de banano es el siguiente: primero se reciben los insumos que se van a necesitar para producir el pan y almacenarlos en la oficina especificada para dicha actividad, segundo se procederá a clasificar los insumos que se encuentren en buen estado y limpiarlos para su respectiva revisión final, tercero, después de usar el banano con la harina para realizar la masa se procede a añadirle los frutos secos y la avena y por último

se procede con el empaquetamiento del producto con el logo y arreglo final que se le haya hecho para proceder a la redistribución del material a los sitios y encargados de ser los canales de distribución para que llegue al cliente final.

12.3.Capacidad Instalada

La capacidad que se utilizará al 80% por lo menos en su valor de inicial será el lugar en el que se va a recibir los insumos, y la cocina en la que se elaborará el producto final. Dentro de la cocina se usarán las ollas, utensilios de cocina, horno, recipientes para almacenar los insumos que se vayan a utilizar. En el caso de que la planta quede cada vez más corta, debido al incremento de la producción, se procederá a utilizar el 100% de la capacidad de cada empresa, lo cual no se hace porque genera costos elevados y se debería re ubicar nuevamente los puestos para realizar las actividades de operación.

12.4.Cadena de abastecimiento, diagrama de flujos de procesos de Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento (OTIDA)



Autor: Lucy Palacios

Fuente: Elaboración Propia

Materia Prima: la materia prima para la elaboración del pan de banano se la obtendrá de los pequeños proveedores de banano de las provincias del Oro y Guayas quienes al no poder exportar sus bananos por alguna inconsistencia legal suelen desperdiciar dicho rechazo como abono y alimentos para animales. Es por esa razón que se le dará uso a dicha producción de banano.

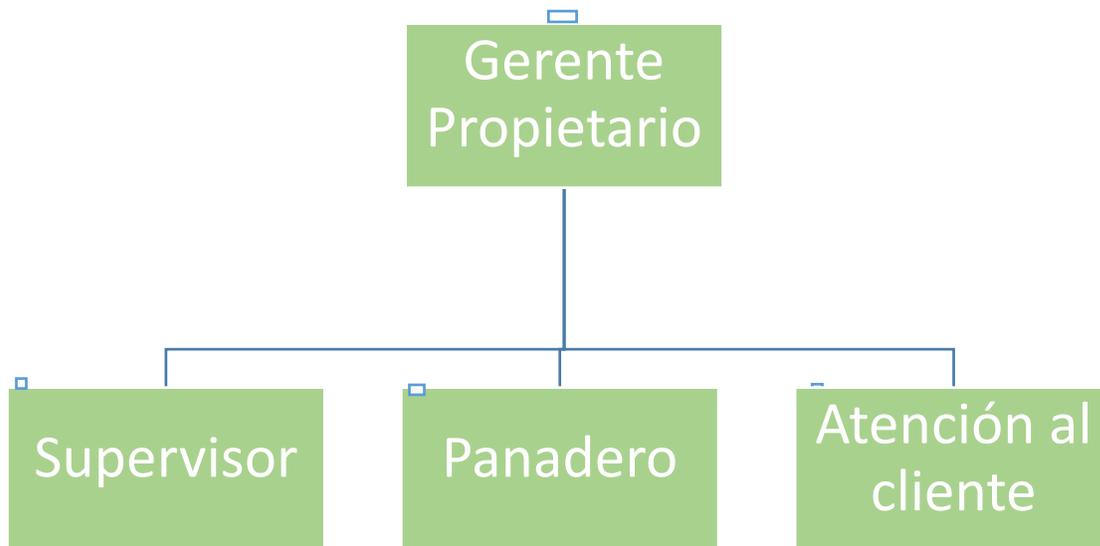
Almacenamiento: luego de recibir la materia prima se procederá a almacenarla en un cuarto dentro de la planta para que esta pueda estar a buen recaudo y así evitar cualquier pérdida o daño hacia la mercancía.

Selección: en este proceso se empezará a escoger la materia prima que mayor durabilidad y contextura tenga, además de eso los frutos secos también serán escogidos para evitar que pase uno de mala calidad y pueda dañar el producto. Esta es una de las etapas más cuidadosas del proceso de abastecimiento de los insumos, ya que de aquí depende gran parte de la calidad del producto.

Producción: en esta fase se realizará la mezcla de todos los insumos y la elaboración de la masa que pasará al horno en un tiempo de dos horas de duración para que pueda realizar por completo el proceso de cocción. Luego de haber horneado la masa del pan de banano se procederá a utilizar la avena para que otorgue el toque de innovación y sabor.

Ventas y Distribución: las ventas se realizarán de acorde a las unidades de producción que se requieran en los pedidos recibidos y saldrán el mismo día que se produzcan para evitar cualquier cambio en el sabor y la distribución se la realizará mediante los centros comerciales y lugares de ventas de productos naturales hasta que llegue al cliente final.

12.5. Recursos Humanos



Autor: Lucy Palacios

Fuente: Elaboración Propia

Gerente: su función será la de hacer cumplir todos los pedidos de producción que llegasen haber del producto y controlar que tanto el supervisor como la persona encargada de la atención del cliente realicen bien sus funciones. Además de eso el gerente es el que se hará cargo de llevar todos los registros de producción que se realicen diariamente.

Supervisor: el supervisor realizará la función de controlar que las órdenes de producción proveniente de la gerencia se cumplan de la mejor manera y es el que hará la revisión junto al panadero de los materiales que se utilizarán en la producción para evitar mala calidad en los productos.

Atención al cliente: la persona encargada de esta área será la que reciba todas las llamadas y pedidos de producción y enviarla a gerencia ya clasificada con orden de pedido, cantidad

y fecha. También se hará cargo de llamar a los clientes y saber cuál fue la experiencia con el producto y su trato al momento de recibirlo.

Panadero: el panadero es el que se hará cargo de la producción del pan de banano y también de la selección correcta de los insumos que se van a utilizar para evitar cualquier problema de calidad en el proceso de producción.

13. Metodología

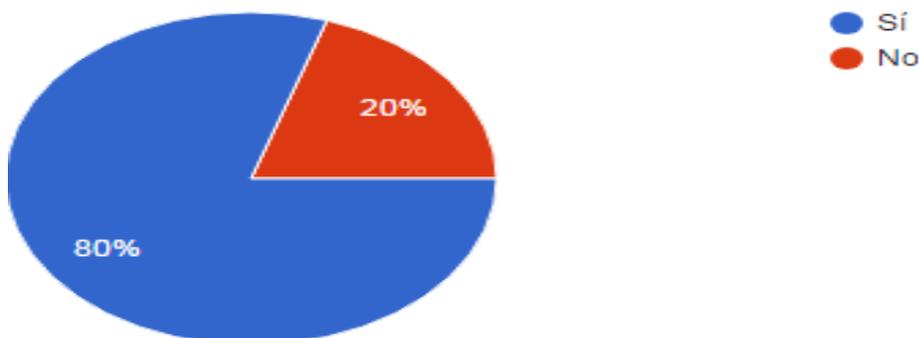
Este trabajo se realizó bajo un enfoque cuantitativo, puesto que se empleó de fórmulas estadísticas para su resolución y mejor entendimiento. La técnica que se utilizó fue el de la entrevista mediante la cuál se buscó dar un plus a lo realizado en el análisis operativo y financiero de este trabajo. Las entrevistas se las realizaron a los productores y exportadores de banano de la provincia de El Oro, Guayas y Machala con el fin de conocer con exactitud los problemas que suelen acontecer al momento de no poder exportar sus productos hacia los demás países de la región.

Conociendo los principales problemas que tenían los productores de banano fue que surgió la idea de elaborar un pan a base de banano para poder ayudar en algo a dichas personas, obteniendo obviamente beneficios a causa de dicha actividad realizada. Para poder determinar el precio de venta del pan de banano se lo tuvo que estimar en función de los costos de producción y sobretodo en función de los precios de los productos de estilo gourmet más parecidos al banapán. Además de eso el precio del producto está de acorde a lo que se indica en la canasta básica de consumo de productos alimenticios.

Para poder conocer el nivel de aceptación de las personas hacia el pan de banano, se procedió a realizar la técnica de las encuestas mediante la cual a través de cinco preguntas se manejaron temas como aceptación, precio y lugares preferenciales de venta de dicho producto.

13.1. Análisis de Resultados

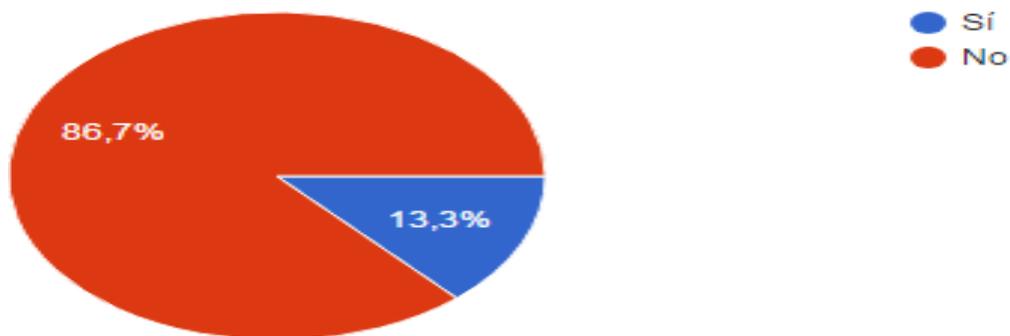
Gráfico 1. ¿Sabía usted que el Ecuador es uno de los principales exportadores de banano en el mundo?



Nota. Alrededor del 80% de los encuestados sabían que el Ecuador es uno de los principales exportadores de banano

De todos los encuestados se puede observar que alrededor del 80% de las personas sabían que el país es uno de los principales exportadores de banano a nivel mundial, en cambio el 20% restante respondió que no conocía dicha aseveración.

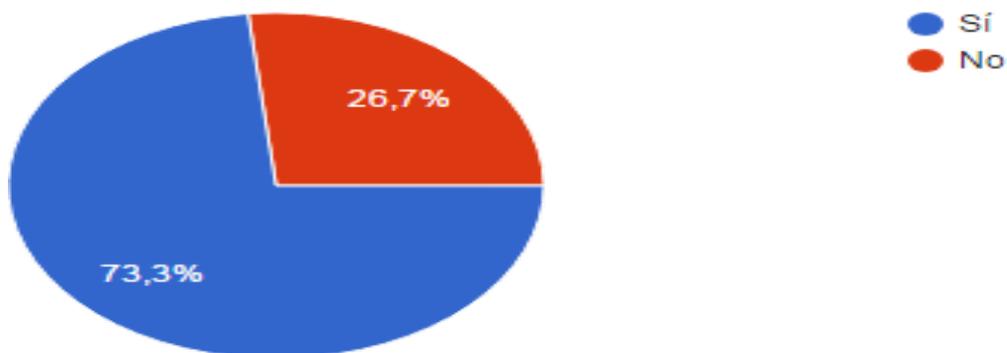
Gráfico 2. ¿Sabía usted que el Ecuador importa alimentos procesados a base de banano a un alto costo?



Nota. Alrededor del 86.7% de los encuestados conocen que el Ecuador importa alimentos procesados a un precio muy elevado

Luego de realizar las encuestas, se puede observar que alrededor del 87% de los encuestados desconocían que el país importaba alimentos procesados, mientras que el 13% restante indicaron si estar a tanto de todo lo acontecido en el país.

Gráfico 3. ¿Comería usted un pan realizado a base de banano?

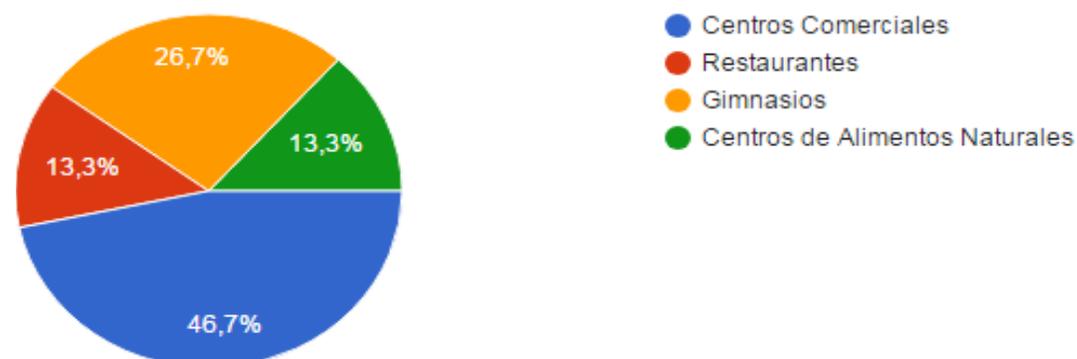


Nota. Alrededor del 73.3% de los encuestados indicaron tener la intención de consumir el pan hecho a base de banano

Al momento de preguntarle a los encuestados si serían capaces de comer un pan realizado a base de banano, respondieron que el 74% de ellos si estarían dispuesto hacerlo mientras que el 26% restante indicaron que no lo harían.

Gráfico 4.

¿En dónde le gustaría a usted que se vendiese el pan de banano?

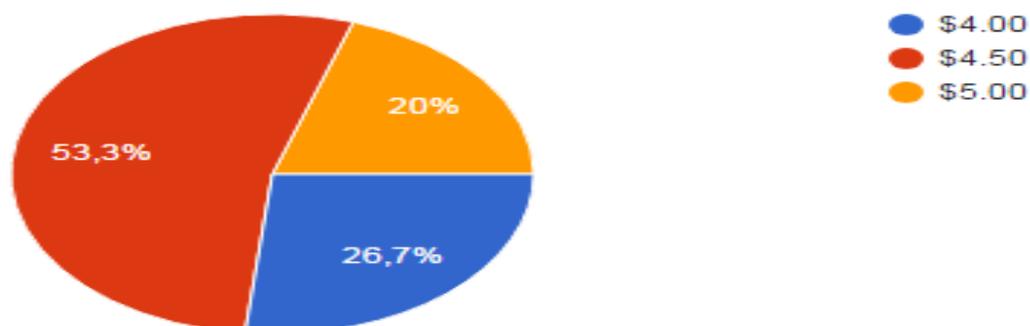


Nota. Alrededor del 46.7% de los encuestados indicaron que prefieren consumir el pan de banano en centros comerciales

Luego de realizar las encuestas se puede observar que tanto los centros comerciales (46.7%) como los gimnasios (26.7%) son los lugares más atractivos en donde la sociedad estaría dispuesta a comprar el pan de banano, ya que son relacionados con el nivel de venta

que pudiese tener dicho producto. Seguido de esas dos opciones le siguen los restaurante y los centros de alimentos naturales los cuales tienen un nivel de aceptación del 13.3%.

Gráfico 5. ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por dicho producto?



Nota. Alrededor del 53.3% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$4.50 por cada unidad de banapán

Alrededor del 54% de los encuestados indicaron que los precios que más llaman la atención al momento de la venta es el de \$4.50, seguido del precio de \$4.00 cuyo nivel de aceptación es del 26.7% y por último se puede observar que alrededor del 20% de los encuestados estarían dispuestos a pagar alrededor de \$5 dólares.

14. Análisis Financiero

Tabla 1

14.1. Inversión inicial.

INVERSIÓN INICIAL		Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 14.576,40
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 800,00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 5.332,57
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 20.708,97

Nota. Autor: Lucy Palacios Fuente: Propia.

La inversión que se requerirá para la producción del pan de banano será de aproximadamente de \$20.708,97 de los cuales los rubros más grandes son la inversión fija y el capital de trabajo con valores de \$14576.40 y \$5.332,57 respectivamente.

Tabla 2

14.2. Gasto financiero

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 2.284,16	\$ 1.642,16
2do.	\$ 2.573,85	\$ 1.352,47
3er.	\$ 2.900,28	\$ 1.026,04
4to.	\$ 3.268,10	\$ 658,21
5to.	\$ 3.682,58	\$ 243,73
TOTAL	\$ 14.708,97	\$ 4.922,60

Nota. Autor: Lucy Palacios Fuente: Propia.

Los gastos más altos de interés que se pagarán en el periodo ocurrirán en los primeros tres años de financiamiento.

Tabla 3

14.3. Estados de Resultados

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 129.600,00	\$ 136.080,00	\$ 142.884,00	\$ 150.028,20	\$ 157.529,61
(-) Costo de Venta		\$ (91.832,62)	\$ (98.251,99)	\$ (105.149,92)	\$ (112.562,94)	\$ (112.934,78)
(=) Utilidad Bruta		\$ 37.767,38	\$ 37.828,01	\$ 37.734,08	\$ 37.465,26	\$ 44.594,83
(-) Gastos Administrativos		\$ (10.860,82)	\$ (10.230,44)	\$ (10.404,47)	\$ (10.583,02)	\$ (10.766,22)
(-) Gastos de Ventas		\$ (18.955,74)	\$ (13.129,12)	\$ (13.085,73)	\$ (13.800,96)	\$ (13.775,45)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 7.950,82	\$ 14.468,44	\$ 14.243,88	\$ 13.081,28	\$ 20.053,16
(-) Gastos Financieros		\$ (1.642,16)	\$ (1.352,47)	\$ (1.026,04)	\$ (658,21)	\$ (243,73)
(=) UAIT		\$ 6.308,66	\$ 13.115,98	\$ 13.217,84	\$ 12.423,07	\$ 19.809,43
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (946,30)	\$ (1.967,40)	\$ (1.982,68)	\$ (1.863,46)	\$ (2.971,41)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (1.179,72)	\$ (2.452,69)	\$ (2.471,74)	\$ (2.323,11)	\$ (3.704,36)
UTILIDAD NETA		\$ 4.182,64	\$ 8.695,89	\$ 8.763,43	\$ 8.236,49	\$ 13.133,65

Nota. Autor: Lucy Palacios Fuente: Propia.

Luego de que se cancelen las principales obligaciones por parte de la empresa, se obtendrán ingresos desde el primer año, luego irán incrementándose a medida de que la producción se vaya incrementando hasta llegar al año 5 en el que los ingresos serán de \$13133.65 dólares.

Tabla 4

14.4. Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (14.576,40)					
UAIT		\$ 6.308,66	\$ 13.115,98	\$ 13.217,84	\$ 12.423,07	\$ 19.809,43
Pago Part. Trab.		-	\$ (946,30)	\$ (1.967,40)	\$ (1.982,68)	\$ (1.863,46)
Pago de IR		-	\$ (1.179,72)	\$ (2.452,69)	\$ (2.471,74)	\$ (2.323,11)
EFFECTIVO NETO		\$ 6.308,66	\$ 10.989,96	\$ 8.797,76	\$ 7.968,65	\$ 15.622,86
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 763,00	\$ 763,00	\$ 763,00	\$ 763,00	\$ 763,00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00
(+) Aporte Accionistas	\$ 6.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 14.708,97	\$ (2.284,16)	\$ (2.573,85)	\$ (2.900,28)	\$ (3.268,10)	\$ (3.682,58)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 6.132,57	\$ 6.164,50	\$ 10.556,11	\$ 8.037,48	\$ 6.840,55	\$ 14.080,28
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 6.132,57	\$ 12.297,07	\$ 22.853,18	\$ 30.890,66	\$ 37.731,21
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 6.132,57	\$ 12.297,07	\$ 22.853,18	\$ 30.890,66	\$ 37.731,21	\$ 51.811,49

Nota. Autor: Lucy Palacios Fuente: Propia.

Tabla 5

14.5. Tasa Interna de Retorno

TIR	33,37%
VAN	\$7.510,53
Pay Back	2,38

Nota. Autor: Lucy Palacios Fuente: Propia.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que el valor del VAN es positivo, lo que indicaría que el proyecto es válido y rentable puesto que permite realizar proyecciones desde este año hasta el 2022. Disminuyendo el valor de la inversión inicial que es de \$ 20708.97 que se debe realizar para poder implementar el proyecto, este generaría un VAN de alrededor de \$7510.53 cuya tasa interna de retorno sería de 33.37%. El periodo de recuperación de la inversión para las partes involucradas se calcula que sea de alrededor de 2.38 años, debido a la inversión fuerte que se ha realizado.

15. Conclusiones

Después del estudio realizado, se puede observar el proyecto es viable y rentable, debido a que los valores de VAN son positivos, sin embargo, cabe mencionar que este valor se obtiene a raíz de la inversión que se realizó, la cual es un poco alta, debido al producto que se va a realizar y porque se debe satisfacer las necesidades planteadas en este proyecto. El sector alimenticio es uno de los más importantes dentro de la economía, y sin duda alguna uno de los que más producción tienen del mercado, sin embargo, en el sentido de la comida Gourmet, este ha sido poco explotado, debido a sus costos de producción.

Actualmente existen productos de estilo gourmet importantes dentro del mercado como lo son aquellos elaborado a base de Quinoa, banano, arveja, coco, entre otros, los cuales nacieron con la necesidad de aportar tanto social como económicamente con la sociedad.

Es por eso que Banapán surgió con la finalidad de dar un buen uso al rechazo del banano que los productores no suelen exportar, debido a que no cumplen con los estándares de exportación, pero que si son de buena calidad. Normalmente los exportadores al no poder enviar sus productos al extranjero terminan asumiendo las pérdidas de dicha

producción y terminan haciendo uso de ese rechazo, ya sea como alimento de animales o como abonos. Después de realizar los estudios financieros se puede observar que el producto Banapán es rentable y genera una excelente tasa interna de retorno para los inversionistas a quienes le llamen la atención en invertir en productos que son altamente exportados, pero que no son procesados en el Ecuador, sino que son importados, generando así mayor costo para la economía.

16. Referencias Bibliográficas

- AEBE*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.fedexpor.com/directorio/empresas-de-servicios/item/asociacion-de-exportadores-de-banano-del-ecuador-aebe>
- Agroban*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.agroban.com.ec/>
- Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.aebe.com.ec/>
- Ayala, L., & Arias, R. (2015). *Gerencia de Mercadeo*. Obtenido de <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- Banana Export*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.bananaexport.com/analisis/index.htm>
- GinaFruit*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.ginafruit.com.ec/home.html>
- Kelchner, L. (2 de Agosto de 2008). *Las ventajas de una estrategia de diferenciación de productos*. Obtenido de <http://smallbusiness.chron.com/advantages-product-differentiation-strategy-17691.html>
- Ley de Compañías. (2014). Registro oficial.
- Ministerio de Industrias y Productividad*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.industrias.gob.ec/>
- PROECUADOR*. (2017). Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/event/asia-fruit-logistica-2017/>