

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
HARINA A BASE DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO
2012 - 2017**

**RONAL ADRIAN RIASCOS PAREDES
MIGUEL JUNIOR ROSERO CORAL**

**UNIVESIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2016**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
HARINA A BASE DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO
2012 - 2017**

**RONAL ADRIAN RIASCOS PAREDES
MIGUEL JUNIOR ROSERO CORAL**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo**

**Director de proyecto:
NIXON ARAUJO MEZA
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**UNIVESIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2016**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y las conclusiones aportadas en este trabajo de grado son de responsabilidad exclusiva de los autores”

Artículo 1º del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Presidente

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Febrero de 2016

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR	21
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.1.1 Formulación del problema.....	23
1.1.2 Sistematización del problema:	23
1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	24
1.3.1 Objetivo general:.....	24
1.3.2 Objetivos específicos:	24
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.5 MARCO DE REFERENCIA.....	26
1.5.1 Marcos Básicos:.....	26
1.5.1.1 Marco teórico	26
1.5.1.2 Marco conceptual.:.....	41
1.5.1.3 Marco histórico.....	44
1.5.1.4 Marco legal.	46
1.5.1.5 Marco temporal.	50
1.5.1.6 Marco contextual.....	51
1.6 DISEÑO METODOLÓGICO.....	52
1.6.1 Línea de investigación.	52
1.7 OBJETO DE ESTUDIO.....	52

1.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	53
1.9 FUENTES DE INVESTIGACIÓN	53
1.9.1 Primarias.....	53
1.9.2 Secundarias.....	53
1.10 METODO DE INVESTIGACION	54
1.11 POBLACION Y MUESTRA.....	54
1.12 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	56
1.13 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN ..	57
2. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA A BASE DE PLÁTANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO AÑO 2012-2017	58
2.1 ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD (CAPACIDADES INTERNAS Y EXTERNAS) PARA EL PLAN DE NEGOCIOS.....	58
2.1.1 Análisis competitivo de capacidades internas:.....	59
2.1.2 Análisis competitivo de capacidades externas:.....	62
2.1.3 Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas).	64
2.1.4 Matriz de perfil competitivo.	68
2.1.5 Matriz de posición estratégica y evaluación de acción (PEYEA):	71
2.1.6 Matriz del grupo consultivo de Boston (MBCG).	74
2.2 ESTUDIO DE MERCADO; EN SAN ANDRES DE TUMACO	78
2.2.1 Identificación del producto y/o servicio.	78
2.2.2 Segmentación de mercados	79
2.2.3 Análisis de la demanda.	80

2.2.4 Análisis de la oferta:.....	93
2.2.5 Análisis y determinación de los proveedores.....	99
2.2.6 Análisis y política de precio.....	100
2.2.7 Análisis de comercialización:	101
2.2.8 Política de comunicación.	103
2.2.9 Determinaciones finales:.....	105
2.3 ESTUDIO TECNICO (OPERACIONAL) PARA EL PLAN DE NEGOCIOS	107
2.3.1 Tamaño del proyecto.	107
2.3.2 Localización óptima del proyecto:	109
2.3.3 Ingeniería del proyecto.....	118
2.3.4 Descripción del proceso de producción de la Harina de Platano.	124
2.3.5 Diagrama del flujo de proceso productivo de Harina de Plátano:	126
2.3.6 Material del envase de la harina de plátano.....	126
2.3.7 Etiqueta de la Harina de Plátano “LA SABROSITA”.	126
2.3.8 Ventajas que tiene el Procesamiento Industrial comparado con el Procesamiento Casero.	127
2.3.9 Requerimientos legales.....	127
2.3.10 Diagrama de proceso de ventas de la Harina de Plátano:.....	133
2.3.11 Distribución en planta.....	133
2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL PARA EL PLAN DE NEGOCIO.....	143
2.4.1 Misión.....	143
2.4.2 Visión.	144
2.4.3 Filosofía de la empresa.....	144

2.4.4 Política de calidad.....	145
2.4.5 Objetivos de la empresa:	145
2.4.6 Estructura organizacional.....	146
2.4.7 Tipo de organización.....	162
2.5 ESTUDIO FINANCIERO PARA EL PLAN DE NEGOCIO.....	169
2.5.1 Inversión inicial	169
2.5.2 Proyección del capital de trabajo en términos constantes:	170
2.5.3 Costos y gastos de producción.	171
2.5.4 Precio de venta de la Harina de Platano “LA SABROSITA”	172
2.5.5 Presupuesto de egreso por años	173
2.5.6 Presupuesto de ingresos por años:	174
2.5.7 Punto de equilibrio:	174
2.5.8 Flujo neto de operación:.....	175
2.5.9 Flujo neto de inversiones:	175
2.5.10 Financiación del proyecto.	175
2.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	179
2.6.1 Análisis de sensibilidad.....	179
2.6.2 Viabilidad económica del proyecto.....	181
2.6.3 Evaluación social.	182
2.7 PLAN OPERATIVO PARA EL PLAN DE NEGOCIOS	183
2.7.1 Diagnostico.	183
2.7.2 Situación Actual de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”.....	183
2.7.3 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter.	184

2.7.4 Plan de Mercadeo – empresa “HARINAS DEL PACIFICO”	185
3. CONCLUSIONES	200
4. RECOMENDACIONES.....	202
BIBLIOGRAFÍA.....	203
NETGRAFIA	204
ANEXOS.....	207

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz MEFI para harinas del pacifico	60
Cuadro 2. Matriz MEFE para harinas del pacifico.....	63
Cuadro 3. Matriz DOFA	65
Cuadro 4. Aplicación de la matriz de perfil competitivo “harinas del pacifico” Tumaco.....	70
Cuadro 5. Matriz de posición estratégica y evaluación de acción (PEYEA).	72
Cuadro 6. Matriz BCG.....	75
Cuadro 7. Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica.....	76
Cuadro 8. Estimación de la demanda efectiva o actual	90
Cuadro 9. Demanda potencial o futura	91
Cuadro 10. DANE: Proyecciones de población municipal	92
Cuadro 11. Ventajas competitivas:	93
Cuadro 12. Preferencias del consumo en Tumaco	97
Cuadro 13. Proyección oferta potencial o futura	98
Cuadro 14. Relación oferta – demanda.	98
Cuadro 15. Detalle de operaciones – elaboración de Harina a base de Plátano.....	107
Cuadro 16. Excedente; demanda (objetivo - insatisfecha) de Harina a base de Plátano.....	108
Cuadro 17. Identificación de la capacidad de producción con relación al excedente (demanda objetivo), año base 2012.....	109
Cuadro 18. Cálculo total anual de cada localización.....	114

Cuadro 19. Comparaciones pareadas	115
Cuadro 20. Cálculo de la ordenación jerárquica (RIJ) de cada factor subjetivo...	116
Cuadro 21. Puntaje relativo de la ordenación jerárquica (Rij)	116
Cuadro 22. Factores de calificación subjetiva	117
Cuadro 23. Medidas de preferencias de localización.....	118
Cuadro 24. Detalle de terrenos y edificaciones	118
Cuadro 25. Implementos (Materiales) para Adecuación de la Empresa.	119
Cuadro 26. Detalle de maquinarias y equipos	120
Cuadro 27. Detalle de vehículos	121
Cuadro 28. Detalle de muebles, enseres y equipos de oficina	121
Cuadro 29. Detalle de servicios públicos	122
Cuadro 30. Descripción de costos de funcionamiento.....	122
Cuadro 31. Inversión en equipos de seguridad industrial.	122
Cuadro 32. Detalle de herramientas	123
Cuadro 33. Detalle de materia prima e insumos.....	123
Cuadro 34. Costo de materia prima e insumos por unidad de producción de Harina de Platano “LA SABROSITA”	124
Cuadro 35. Descripción de personal requerido en planta.	140
Cuadro 36. Nómina de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”	141
Cuadro 37. Presupuesto de Nomina de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO” para 5 años.....	142
Cuadro 38. Presupuesto de Nomina de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”	143
Cuadro 39. Inversión Inicial requerida	169

Cuadro 40. Inversión de capital en términos constantes	170
Cuadro 41. Detalle de costos y gastos de producción	171
Cuadro 42. Detalle de precio de venta.....	172
Cuadro 43. Determinación del presupuesto de egreso por años.	173
Cuadro 44. Determinación del presupuesto de ingresos.	174
Cuadro 45. Determinación del punto de equilibrio	174
Cuadro 46. Determinación del flujo neto de operación.	175
Cuadro 47. Determinación del flujo neto de inversión sin financiación.	175
Cuadro 48. Determinación de la amortización.	176
Cuadro 49. Determinación del flujo neto operacional con financiación	176
Cuadro 50. Determinación del flujo neto de inversión con financiación.	177
Cuadro 51. Estado de resultados.....	177
Cuadro 52. Balance general de la empresa.....	178
Cuadro 53. Flujo neto del Proyecto sin Financiación	180
Cuadro 54. Flujo neto del proyecto con financiación	181
Cuadro 55. Plan de Medios para la Harina de Platano en la Ciudad de Tumaco.	190
Cuadro 56. Plan Anual de Marketing	193
Cuadro 57. Calendarización Plan de Mercadeo de la empresa HARINAS DEL PACIFICO	195
Cuadro 58. Plan de acción para la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”	197

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Harina a base de Plátano “LA SABROSITA”	78
Figura 2. Diseño de etiqueta	127
Figura 3. Vista de la fachada principal	136
Figura 4. Vista de fachada principal.....	137
Figura 5. Vista sin cubierta	138
Figura 6. Distribución de planta.	139
Figura 7. Organigrama.....	147

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafico 1. Matriz PEYEA.....	73
Gráfico 2. ¿Consume usted harina a base de plátano?.....	80
Gráfico 3. ¿Con que frecuencia consume harina de plátano?	81
Gráfico 4. ¿Cuánto consume?	82
Gráfico 5 ¿De cuántos gramos?	83
Gráfico 6 ¿Cuál es la marca de harina de plátano que más consume?.....	84
Grafico 7 ¿Considera usted que el precio de la harina de plátano que se vende en Tumaco, está acorde a la calidad del producto?.....	85
Gráfico 8 ¿Cuánto pagaría usted por la harina de plátano fabricada y comercializada en el municipio de Tumaco?	86
Gráfico 9 ¿Considera usted que la harina de plátano nutre y alimenta a sus hijos?	87
Gráfico 10. ¿Apoya usted la idea de crear una empresa productora y comercializadora de harina de plátano en el municipio de Tumaco?.....	88
Gráfico 11. ¿Dónde compra la harina de plátano que consume sus hijos?	89
Grafica 12. Ventas - COP	186

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Diseño de un volante	104
Imagen 2. Materiales pop	105
Imagen 3. Mapa 1	111
Imagen 4. Mapa 2.....	112

LISTA DE ANEXOS

Pág.

ANEXO A. SIEMBRA Y COSECHA DEL PLATANO EN ZONAS URBANAS Y RURALES EN EL MUNICIPIO DE TUMACO	207
ANEXO B. FICHA DE ENTREVISTA.....	209
ANEXO C. FORMATO DE ENTREVISTA	211
ANEXO D. RESULTADO DE ENTREVISTA A DISTRIBUIDORES.....	212
ANEXO E. FICHA DE ENTREVISTA.....	217
ANEXO F. FORMATO DE ENTREVISTA.....	220
ANEXO G. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A PROVEEDORES.....	222
ANEXO H. FICHA DE ENCUESTA.....	230
ANEXO I. FORMATO DE ENCUESTA.....	232
ANEXO J. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	234
ANEXO K. MATRIZ DE NECESIDADES PARA EL PLAN DE NEGOCIOS	235
ANEXO L. MATRIZ DE NECESIDADES PARA LA INVESTIGACION DE MERCADO.....	237

RESUMEN

El presente informe muestra el desarrollo de las actividades efectuadas en el marco del trabajo de grado denominado, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA A BASE DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO 2012 – 2017**. Cuyo fin fue estructurar un Plan Negocios para Producir Harina a base de Platano en el municipio de Tumaco y Comercializarla en la misma ciudad. Teniendo en cuenta lo anterior, se procedió a la identificación de un problema, justificación del mismo y a la búsqueda de solución, posteriormente, se implementó un Análisis de Capacidades Internas y Externas, Estudio de Mercado para dicho producto, luego se diseñó el Estudio de Operaciones (Técnico), Estudio Organizacional, se estructuró el Estudio Financiero, se evaluó y finalmente, se realizó un Plan Operativo, estudios que permitieron determinar que el Plan de Negocios propuesto es viable y rentable.

Este Plan de Negocios es una propuesta encaminada a la generación de valor agregado al (Platano) sector agrícola, producto que no se aprovecha de la mejor manera, este producto es obtenido en todas las veredas aledañas al municipio de Tumaco, para lo anterior se proyecta la creación de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” productora y comercializadora de Harina a base de Platano “**LA SABROSITA**” empresa comprometida con el desarrollo social, económico, etc, del municipio de San Andrés de Tumaco, específicamente de aquellas personas que se dedican al cultivo de productos ilícitos, mujeres cabezas de familia, niños etc, personas de bajos recursos dedicadas al cultivo y producción del Platano, en éste sentido, se exponen en el marco legal, una serie de requisitos que se deben cumplir para la puesta en marcha del mismo.

ABSTRACT

This report shows the development of the activities undertaken in the framework of the thesis call, **BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF FLOUR -BASED BANANA IN Tumaco 2012 - 2017** whose purpose was to structure a Business Plan to Produce banana flour based in the municipality of Tumaco and market in the same city. Considering the above , we proceeded to the identification of a problem, justification of it and seeking solutions , subsequently , an analysis of internal and external capabilities , market for the product was implemented , then the Study of Operations was designed (Technical) , organizational study , a financial study was structured , assessed and finally , an Operating Plan , studies allowed to determine that the proposed business plan is viable and profitable was performed.

This business plan is a proposal to generate added value to the (banana) agriculture , a product that does not take advantage of the best way, this product is obtained in all the surrounding villages to the town of Tumaco , for the above is projected the creation of the company " **PACIFIC FLOUR** " producer and marketer of flour made from bananas " **la Sabrosita** " committed to social , economic, etc development, the municipality of San Andrés de Tumaco , specifically those engaged in business cultivation of illicit substances , women heads of households , children etc , low-income people and cultivated banana production , in this sense , are set out in the legal framework , a series of requirements that must be met for the implementation of same.

INTRODUCCIÓN

Tumaco, ubicado al extremo sur de la costa pacífica colombiana que corresponde administrativamente al departamento de Nariño. Particularmente, es conocido por la gran fertilidad de sus suelos para la producción de plátano; sin embargo, se ha incorporado poca tecnología que contribuya a mejorar sus niveles de producción y transformación, así como mitigar las adversidades climáticas entre otros aspectos. Hay que tener en cuenta que la región pacífica nariñense es conocida por su gran producción pesquera, la cual jalona el crecimiento económico de la región; pero cabe destacar que esta región también se destaca por sus prácticas agrícolas en donde los productos del campo intervienen en la economía de la región aportando al crecimiento de la misma y siendo fuente importante para las familias, puesto que muchas de estas subsisten por medio de estos productos.

La Comercialización es uno de los principales inconvenientes que enfrentan los agricultores de este municipio; Aun cuando en las diversas zonas se han realizado pruebas piloto para mejorar el manejo adecuado de estas tierras, para que produzca un fruto de calidad, además se han implementado un sin número de proyectos que han ayudado fundamentalmente al mejoramiento en el proceso, colaborando con el incremento de la producción; Sin embargo la comercialización de este fruto y aun más la industrialización del mismo, que permitiría darle un valor agregado, no se han logrado manejar adecuadamente en el mercado de la región. Por todo lo anterior, el presente proyecto tiene como finalidad desarrollar un plan de negocios para la producción y comercialización de harina a base de plátano.

De igual forma y con el objeto de aprovechar al máximo las propiedades nutricionales que posee el plátano, y dar a conocer este producto en el mercado del municipio de Tumaco, se ha formulado un objetivo general, el cual consiste en "REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA A BASE DE PLATANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO 2012 – 2017". y seis objetivos específicos, los cuales pilotan el desarrollo de la presente investigación, estos son: 1) Realizar el Estudio de Competitividad para el Plan de Negocios, 2) Implementar un Estudio de Mercado en la ciudad de Tumaco, mediante acciones orientadas a la comercialización, sistema de precios, programas publicitarios, análisis de oferta y demanda del producto, etc., 3) Diseñar un Estudio de Operaciones para el Plan de Negocios, 4) Establecer un Estudio Organizacional para el Plan de Negocios (plantear la misión, visión, objetivos corporativos de la empresa, etc.), 5) Realizar el Estudio Financiero para el Plan de Negocios, 6) Hacer la Evaluación Económica y Social del Plan de Negocios.

De igual manera para la realización de esta idea de negocios se utilizarán algunas herramientas tales como: Teoría de la Planeación Estratégica, la cual sirve de apoyo para la identificación de variables internas y externas que conlleven a

analizar el perfil competitivo del plan de negocios y formulación de estrategias; Teoría del Mercadeo, la cual permite realizar el Estudio de Mercado e identificar a los clientes reales y potenciales para el consumo de harinas precocidas, y demás variables inherentes; Teoría de la Localización, mediante el método de BROWN Y GIBSON se puede determinar en gran parte el éxito o fracaso del negocio, debido a que se identifica la ubicación en un lugar estratégico y adecuado para la empresa productora y comercializadora de harina a base de plátano; Teoría Administración Científica de Taylor y de Administración Industrial de Henry Fayol, los cuales hablan de la estructura organizacional dentro de una empresa; y por último la Teoría Financiera, como apoyo para la determinación del presupuesto para la puesta en marcha del plan de negocios, Planeación Financiera la cual permite analizar las variables económicas factibles para poder llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

De igual manera, es necesario apoyarse en fuentes como Internet, herramientas de los programas de Microsoft Office, Método de Localización de BROWN Y GIBSON y software como MICMAC, STAT GRAPHIC, entre otros.

Para la ejecución del plan de negocios, se propone el montaje de una empresa productora y comercializadora de harina a base de plátano en el Municipio de San Andrés de Tumaco; teniendo como referencia el alto grado de consumo de plátano en nuestra región, y diversas zonas del país. En términos generales en éste trabajo se plasman las características básicas iniciales a tener en cuenta en el proceso investigativo las cuales se esquematizan así:

PRIMER CAPITULO: Planteamiento del problema. En donde se muestran las peculiaridades del proyecto de investigación enmarcando el trabajo en el ambiente en el cual se desenvuelve el estudio dando a conocer todas las características del problema a investigar.

SEGUNDO CAPITULO: Marco teórico. Ilustra los componentes teóricos tenidos en cuenta para el desarrollo de la investigación, y que apoyan el estudio de la misma.

TERCER CAPITULO: Aspectos metodológicos. Muestra la metodología y el enfoque de la investigación, las técnicas e instrumentos para recolectar información real y objetiva; y así poder realizar el análisis e interpretación de los mismos; las técnicas a utilizar serán la encuesta, entrevista, charlas, y la observación documental.

CUARTO CAPITULO: Cronograma de actividades. En este capítulo se realizará una descripción detallada de todas las actividades a realizar en el desarrollo del proceso de investigación. Por último están la bibliografía y anexos, todos estos materiales complementan y culminan la labor investigativa.

1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA A BASE DE PLÁTANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO 2012 - 2017.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a los diferentes cambios y exigencias en los gustos y preferencias de consumo de los clientes, en el ámbito del comercio mundial, las empresas están optando por especializarse mucho más para lograr una ventaja competitiva con el objetivo de crear una mayor brecha con relación a sus competidores, y sobre todo enfocándose en los clientes para brindarle el mayor grado de satisfacción, quienes cada día se tornan más exigentes a la hora de satisfacer sus necesidades.

Se sabe que la costa pacífica colombiana es reconocida por su riqueza y diversidad en productos provenientes del campo denominados de pan coger, y el municipio de Tumaco no es la excepción. Aquí se encuentra frutas y verduras tales como: plátano, yuca, tubérculos, entre otros. El plátano científicamente conocido como (musa paradisiaca) se encuentra en grandes cantidades en la región, su producción anual se encuentra en grandes cantidades, según la cámara de comercio de Tumaco para el año 2010, su volumen de comercialización se encontraba en 286.000 plátanos al mes, lo que equivale a unas 30.000 toneladas anuales y en los últimos años ha ido creciendo, en parte esto se presenta por las intervenciones del gobierno que incentiva a los campesinos para que sustituyan los cultivos ilícitos por cultivos legales y cultivos de pan coger, los cuales sirven como medio de sustento a las familias Tumaqueña.¹

A pesar del alto consumo, y la gran comercialización de esta fruta, debido a sus propiedades nutritivas y la gran aceptación que tiene entre los habitantes de esta región, los cuales incluye a diario este producto en su dieta alimenticia; El plátano (musa paradisiaca) no ha sido objeto de industrialización por parte de personas o empresas en el municipio de Tumaco y sus alrededores, este solo se puede encontrar en tiendas y supermercados en su estado natural, o sea materia prima en bruto sin un valor agregado que resalte las propiedades y bondades de esta fruta, Por esta razón surgen soluciones para poder hacer de este producto considerado un producto artesanal, un producto de tipo industrial y darlo a conocerlo a nivel local.

Teniendo en cuenta lo anterior se toma la iniciativa de crear una empresa con el objetivo de transformar el plátano en harina altamente comestible dándole un valor

¹ ENTREVISTA con Sayda Paterson Angulo, Gerente cámara de comercio Tumaco: San Andrés de Tumaco 20 enero 2013.

agregado a este. Ya que sería un producto nutritivo y que ayudaría a la alimentación de muchas familias Tumaqueña, puesto que con el producto finalizado se pueden hacer bebidas, tortillas y hasta sopa que pueden ser consumido por todas las personas a quienes le guste el plátano y que además ya conocen sus propiedades y saben las grandes bondades de consumirlo en cualquier presentación que se ofrezca.

De llevarse a cabo la producción y comercialización de harina de plátano en el municipio de Tumaco, se podrá tener mayores beneficios tanto para la empresa productora y comercializadora, por que aumentaría su rentabilidad obteniendo una participación del sector en el mercado a incursionar y por ende se beneficiarían las familias que viven de la siembra de plátano en el Municipio de Tumaco y sus zonas adyacentes, de igual manera se aumentaría el desarrollo social y económico del municipio mediante la creación de nuevos empleos que contribuya y apoyen a los diferentes agricultores de la región.

Además si se realiza la producción y comercialización de harina de plátano, esto permitirá una mayor concientización de las empresas, asociaciones y personas que trabajen con productos derivados del campo tanto de la zona rural como urbana del municipio de Tumaco, de dar valor agregado a sus productos, en particular aquellos productos, que han sido poco explotados y comercializados, con proyecciones a crear productos innovadores e incursionar con estos a nuevos mercados y por ende se optaría por una alternativa de solución a los diferentes flagelos que han impedido el desarrollo del municipio.

Por otro lado, sino se realiza la producción y comercialización de harina de plátano, en primer lugar se perdería una gran oportunidad de incursionar con un producto innovador en la ciudad de Tumaco, y en segundo lugar se pierde la oportunidad de dar valor agregado a un producto que por años se ha visto como tradicional por parte de los moradores de la región, y que de este se pueden realizar diferentes productos como: harina, tortillas y sopas que no solo contribuirían a la alimentación de la población Tumaqueña y zonas aledañas sino también al crecimiento económico de la región por medio de la creación de nuevos empleos.

Por todo lo anterior, en esta oportunidad se hace necesaria la implementación de un Plan de Negocios para la producción y comercialización de harina a base de plátano en el municipio de Tumaco 2012 – 2017, donde se propone como primer objetivo la realización de un Estudio de Competitividad que permita identificar capacidades internas y externas, que influyan en la producción y comercialización de harina a base de plátano propuesto en el plan de negocios: De igual manera se requiere realizar un Estudio de Mercado con el objetivo de estimar la demanda del producto en las ciudad de Tumaco, para el cual se debe realizar un trabajo de campo requiriéndose la utilización de cierto tipo de herramientas fundamentales para el desarrollo de este proyecto, entre ellas: entrevistas a los productores de

plátano, y clientes entre otros, los cuales son fuente de información primaria.

De igual manera se deben realizar entrevistas, encuestas y charlas a algunos puntos de ventas y supermercados existentes en la región, para poder conocer cuál es el nivel de consumo de plátano, harinas de plátano, y productos similares.

Asociado a lo anterior se requiere la implementación de encuestas las cuales son de vital importancia para saber cuál es el nivel de aceptación de la harina a base de plátano, por consiguiente las encuestas deben ir dirigidas a la población de Tumaco, esto con el fin de saber si se está de acuerdo con el producto y como introducirlo al mercado. Analizando los resultados del estudio de trabajo de campo se puede determinar si el producto al comercializarlo tendrá o no una aceptación en el mercado proyectado. Dependiendo de los resultados obtenidos se desarrollan estrategias de mercadeo las cuales permiten la fácil vinculación en los mercados de un nuevo producto.

De igual manera se requiere un Estudio de Operaciones el cual permite identificar la localización, tamaño y operaciones del plan de negocios, efectuar un Estudio Organizacional, de igual manera un Plan Operativo el cual permite diseñar buenas estrategias al momento de comercializar los productos, y la realización de un Estudio Financiero para conocer el monto real de la ejecución del plan de negocios.

1.1.1 Formulación del problema. ¿Cómo estructurar de forma estratégica el plan de negocio para la producción y comercialización de harina a base de plátano en el municipio de Tumaco 2012 -2017?

1.1.2 Sistematización del problema:

- ¿Cuál es el perfil competitivo tanto de capacidades internas y el ambiente externo para el plan de negocios?
- ¿Cuál es el estudio de mercados en la ciudad de Tumaco, para el plan de negocios?
- ¿Cuál es el estudio de operaciones para el plan de negocios?
- ¿Cuál es la estructura organizacional y administrativa para el plan de negocio?
- ¿Cuáles son las fuentes y usos de inversión que se requieren para la producción de harina a base de plátano?
- ¿Cuáles son los criterios de evaluación económica y social del plan de negocios?

1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general:

- ✓ Realizar un plan de negocio para la producción y comercialización de Harina a base de Plátano en el municipio de Tumaco 2012 - 2017.

1.3.2 Objetivos específicos:

- ✓ Realizar el estudio de competitividad para el plan de negocio.
- ✓ Implementar el estudio de mercado en la ciudad de Tumaco para el plan de negocios.
- ✓ Diseñar un estudio de operaciones (técnico) para el plan de negocio.
- ✓ Establecer un estudio organizacional (administrativo).
- ✓ Realizar el estudio financiero para el plan de negocios.
- ✓ Hacer la evaluación económica y social del plan de negocio.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La economía del municipio de San Andrés de Tumaco está fuertemente influenciada por actividades de tipo agrícola, donde sobresale la producción de productos como el cacao, y la palma de aceite entre muchos otros; Sin embargo no podemos dejar de lado uno de los componentes de mayor historia y tradición en la economía de la región, la cual se fundamenta en la producción y comercialización de **PLÁTANO**.

En la actualidad el Plátano forma parte de la dieta alimenticia de los Tumaqueños, y económicamente sirve como medio de subsistencia a las familias Tumaqueñas en general; Sin embargo y a pesar de lo anteriormente expresado, este producto requiere de la implementación de estrategias de mercado, que permitan avanzar a escenarios más propicios logrando así grandes beneficios para todas las personas que derivan su sustento de este sector².

Con la presente investigación, y mediante la aplicación de algunas teorías, como la de la planeación Estratégica, de Mercadeo, de la Administración, Localización, Planeación Financiera, entre otras, que el plan de negocios a desarrollarse se despliegue mediante una visión clara acerca de la investigación, lo cual se verá reflejada en los resultados de este proyecto.

² RECOMPAS. San Andrés de Tumaco 2012. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.afrocolombians.org/pdfs/RECOMPAScomunicado042008.pdf

Metodológicamente esta investigación se justifica con la utilización de buscadores Web como: (yahoo, babyloon, google, otros.), los cuales juegan un papel preponderante en el suministro de información.

Adicionalmente, es importante establecer que para poder realizar un diagnóstico y un análisis detallado del proceso de producción y comercialización de harina a base de plátano en nuestra región, y en aras de poder desarrollar un buen plan de negocios, es necesario hacer uso de algunas de las herramientas de ayuda para la toma de decisiones, como son las matrices estratégicas, entre ellas la MEFI, la MEFE, la DOFA, la Matriz del perfil competitivo (MPC), además del programa MICMAC con el cual pretendemos determinar las principales variables internas y externas relacionadas con el objeto de la investigación.

Es importante establecer que existen muchas matrices estratégicas adicionales a las antes mencionadas, como es el caso de la matriz cuantitativa de la planeación estratégica -MPCE, y la matriz PEYEA entre otras, las cuales se tendrán en cuenta para el desarrollo de esta investigación.

Además, esta misma perspectiva permitirá aplicar la metodología desarrollada para la implementación de planes de negocio, en especial lo relacionado con el montaje de una empresa productora y comercializadora de Harina a base de Plátano en este municipio. En este proceso se tendrán en cuenta los lineamientos propios de un plan de negocios además también se medirá el grado de satisfacción de los clientes, entre otros aspectos.

De igual forma se hará un estudio de mercado, el cual permitirá identificar cuál es el perfil del consumidor potencial del producto a desarrollar, así mismo identificar la competencia, los precios del mercado, canales de comercialización, distribución, estrategias de promoción, venta y publicidad, entre otras variables; Para lo anterior la investigación de mercado se apoya en la Teoría del Mercadeo, la cual guía el desarrollo del proceso.

Teniendo en cuenta los altos niveles de desempleo que cada vez son más evidentes en nuestro país, y sobre todo en nuestra región nariñense, en donde abunda la falta de oportunidades laborales, y se derivan otros problemas sociales como la violencia intrafamiliar, el narcotráfico, los frecuentes asesinatos y la extorsión.

Y sumado a esto las bajas posibilidades de acceso a la educación superior de los habitantes de este municipio; Sobre todo en la zona rural, donde se puede identificar una seria problemática que está causando no solo una descomposición social, sino también problemas económicos para la región, debido al creciente número de comerciantes e inversionistas de la región quienes han visto amenazado su integridad física, y su capital. Por tal razón y con el fin de contribuir a la disminución de estos problemas se pretende desarrollar este plan de

negocios, que no solo beneficiará a los moradores de los sectores urbanos, sino también a las personas que viven en la parte rural del municipio de Tumaco buscando generar empleos directos e indirectos, y formas legales de vida, los cuales permitan brindar una estabilidad económica y mejoras sociales a muchas familias de la región.

Con el ánimo de contribuir a la sociedad y al crecimiento de la región surge, la necesidad evidente de proporcionar al mercado un producto que ya es conocido por las personas, pero con un valor agregado (el producto viene listo para su cocción) y que aporta muchos nutrientes a la dieta alimenticia de la población Tumaqueña y sus zonas adyacentes, la idea es desarrollar un producto listo para consumir de buen sabor y que agrade a todos.

En esencia se puede establecer que esta es una propuesta de gran importancia debido a que la misma aporta significativamente al desarrollo integral de nuestra región, mediante la producción y comercialización de harina hecha a base de plátano, lo cual dinamiza la economía regional, y minimiza los costos generados por el desconocimiento en la utilización eficiente de un recurso natural tan importante como es el **PLÁTANO**.

Finalmente y para efectos de mayor comprensión, es importante señalar que como habitantes de esta región y conocedores de la situación que vive la misma, pretendemos mediante esta iniciativa, realizar una serie de análisis y plantear propuestas de desarrollo regional que permitan mejorar el aspecto comercial y productivo, de los productos derivados del sector agrícola del municipio de Tumaco.

1.5 MARCO DE REFERENCIA

1.5.1 Marcos Básicos:

1.5.1.1 Marco teórico. Para el presente plan de negocios se deben tener muy claro los conceptos y metodologías que este contiene, para posteriormente lograr alcanzar los objetivos de la investigación planteada, de igual manera es de vital importancia resaltar la gran influencia de ciertas teorías dentro del objeto de investigación.

A. Plan de negocios: Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica, económica, y financiera y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de un proyecto empresarial concreto.

La elaboración de un plan de negocios tiene dos objetivos concretos: desarrollara las medidas estratégicas necesarias en cada área funcional concreta para lograr la consecución de los objetivos del plan, una vez en marcha el plan de negocios sirve para evaluar el desempeño de la empresa y las divisiones sobre el escenario previsto y como fuente de valiosa información para la elaboración de presupuestos en informes y por medio del resumen ejecutivo, el plan de negocios sirve como tarjetas de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas, bancos, inversores institucionales y privados, organismos públicos y otros agentes implicados cuando se requiera algún tipo de colaboración, ayuda y apoyo financiero.

El plan de negocios combina la forma y el contenido, se refiere a la estructura, redacción e ilustración, que tanto llama la atención, que tan “amigable” es; el contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis de mercado, la oportunidad de mercado y la propuesta de generación de valor que desarrolla. Mediante el plan de negocios se evalúa la calidad del negocio en sí.

Un buen plan de negocios deberá:

- “Delimitar las áreas de interés, el sector y el mercado al cual se dirige.
- Caracterizar el producto o servicio a ofrecer.
- Identificar el entorno en el cual se va a desarrollar.
- Identificar a los clientes o consumidores potenciales, así como las ventajas o desventajas competitivas del producto o servicio a ofrecer.
- Determinar la forma en que se va a gestionar el proyecto y quien o quienes serán los responsables.
- Estimar los costos implicados, los ingresos esperados, el margen, el beneficio, y el tiempo”³

En Colombia el servicio nacional de aprendizaje SENA, a través del “Fondo Emprender”⁴ ha desarrollado un formato a seguir para la presentación de planes de negocios ante esta entidad, el cual consta de los siguientes ítems.

B. Componentes de un plan de negocios:

Resumen ejecutivo: contiene en forma resumida las principales características del proyecto y presenta la oportunidad de reforzar los argumentos de las ventajas del proyecto frente al inversionista.

³ DE LA VEGA, Ignacio. El plan de negocio, una herramienta indispensable: Instituto de empresas. Madrid: s.n, 2004. p. 60.

⁴ ENTREVISTA con Alexandra Vallecilla, asesora fondo emprender SENA Tumaco 23 enero 2013

- Concepto del negocio: descripción concreta de los objetivos que se persiguen con las puestas en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicara, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.
- Potencial del mercado en cifras: resumen en cifras del potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio.
- Ventajas competitivas y propuesta de valor: ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financiera, etc.) del producto o servicio, que permita asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente o la competencia.
- Resumen de las investigaciones: definición de las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados a posibles inversionistas.
- Resumen de ventas y rentabilidad: resumen de las cantidades a vender, los precios de venta estimados por periodo, y la rentabilidad esperada del proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.
- Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad: presentación de las principales bondades financieras y sustentación de la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.
- Equipo de trabajo: presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo, que hacen parte de este.

C. investigación de mercados

La realización de una completa investigación de mercado es parte fundamental de un plan de negocios. La información que se obtiene a través de esta investigación permite determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de nuestro proyecto empresarial. De igual manera, ayudara a determinar la existencia de un mercado para el producto o servicio.

- Definición de objetivos: En este aspecto, se debe definir los objetivos a lograr con el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que se consideran importante.
- Justificación y antecedentes del proyecto: Se debe justificar las razones para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta los aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que se consideren importantes, igualmente se debe relacionar los antecedentes del proyecto.

- Análisis del sector: se describe el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evaluación y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
- Análisis del mercado: Es necesario elaborar un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; definir el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente consumo percapita, magnitud de la necesidad, entre otros; estimación del segmento / nicho de mercado (tamaño y crecimiento), perfil del consumidor y/o del cliente, importaciones y exportaciones del producto o servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países); se debe relacionar los productos sustitutos y productos complementarios.
- Análisis de la competencia: Se debe identificar los principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; relacionar las agregaciones existentes; analizar el costo del producto / servicio frente a la competencia; analizar los productos sustitutos; analizar los precios de venta del producto/servicio (P/S) y de la competencia, determinar la imagen de la competencia frente a los clientes; el segmento al cual está dirigida la competencia y la posición del producto o servicio frente a la competencia.

D. Estrategias de mercado

La fijación de estrategia de mercado, permite alcanzar la cifra de facturación que recogerá el análisis económico y financiero. Estas estrategias detallan en forma global el plan que sirve para explotar la oportunidad de negocio y todas las ventajas competitivas inherentes a él; las estrategias de mercado deben contener que hacer, como se hará; cuando se llevara a cabo y quien será el responsable de la implementación de las medidas comerciales.

A continuación se expone los principales elementos potenciales para el buen diseño de las estrategias de mercado.

- Concepto del producto o servicio: descripción básica, especificaciones o características, aplicación / uso del producto o servicio. (ejemplo B/S es de consumo directo, o de consumo intermedio, etc.) diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia.
- Estrategias de distribución: “Especificación de las alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física Nacional o Internacional, estrategias de ventas presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con

distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización”⁵.

- Estrategias de precio: Presentación de un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgos cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posibles variación de precios para resistir guerra de precios. Explicación de la manera mediante la cual define el precio.
- Estrategias de promoción: Descripción de la estrategias de promoción dirigidas a clientes y canales, manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, costos estimados de promoción lanzamiento y publicación del negocio, precio del lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa del crecimiento).
- Estrategias de comunicación: Explicación de las estrategias de difusión del producto o servicio; cuales son las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relación y justificación de los costos.
- Estrategias de servicio: Se debe relacionar los procedimientos para otorgar garantías y servicio postventa, mecanismos de atención al cliente, formas de pago de la garantía ofrecida y compara las políticas de servicio con las de la competencia.
- Presupuesto para la mezcla de mercadeo: Cuantificar y justificar los costos que incurren en las estrategias de producto, precio plaza y promoción.

E. Proyección de ventas:

- Proyección de ventas: Definir la cantidad de ventas por periodos, teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determinando los ingresos de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de importación y exportación.
- Política de cartera: Definir si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes, de ser así, se debe establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

⁵ TAMAÑO E INGENIERÍA DEL PROYECTO. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.umss.edu.bo>

F. Operación

Se debe considerar la duración de los trabajos de investigación y desarrollo que nos llevan a configurar totalmente el producto y las necesidades de inversión en equipo humano, un proceso agro industrial y de laboratorio que nos llevan a desarrollar nuestro producto final, además si estamos capacitados en términos de tecnología y en conocimientos para tal desarrollo, por tanto “se debe tener en cuenta aspectos como la asignación de funciones en procesos de desarrollo, los riesgos y dificultades de todo tipo inherente al proceso; la posibilidad de incurrir a mediano plazo en mejoras del producto y los costos del proceso”⁶.

- Ficha técnica del producto o servicio: descripción de las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, calidad, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje etc.
- Estado de desarrollo: Descripción del estado del bien o servicio o el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar.
- Descripción del proceso: Relacionar y describir en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción del producto o servicio, en caso de subcontratación se debe describir el proceso que es responsabilidad de la empresa.
- Necesidades y requerimientos: Relación de las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción del producto por cada unidad y por periodo de producción, tecnología requerida; descripción de equipo y maquinas, capacidad instalada requerida, mantenimiento necesario, situación tecnológica de la empresa; necesidades técnicas y tecnológicas, mano de obra operativa especializada requerida. cuantificación del presupuesto requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos; consumos por unidad de producto, costos de *producción* e infraestructura.
- Plan de producción: Tomando como referencia el plan de ventas se establecen las cantidades a producir por periodo, teniendo en cuenta las políticas de inventarios de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (la producción de unidades de producto por periodo de tiempo) y se presenta el incremento de la producción en el tiempo.
- Plan de compras: Basado en el plan de producción. Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores, pago a proveedores, planeación de compras, control de calidad: procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a

⁶ MONOGRAFIAS.COM. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos7act/shtllm>

las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

G. Organización

- Análisis DOFA: “El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos”.
- Organismo de apoyo: Identificar y relacionar las entidades tanto privadas como oficiales que viven apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de financiación del negocio, en la implementación del mismo. Describe el apoyo previsto para la ética de operación del negocio.
- Estructura organizacional: Descripción de la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la junta directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleado por cada cargo.
- Constitución de empresa y aspectos legales: especificación el tipo de sociedad que conformaría, cual es el estado legal actual; legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual) que regula la actividad económica, la comercialización de los productos o servicios y normas o políticas de distribución de utilidades.
- Presupuestos: se refiere a: Gastos de personal, en los que se debe registrar los pagos estimados por concepto de salarios, pago al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificado mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones; y gastos de puesta en marcha, que relaciona y cuantifica los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registro, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

H. Finanzas

Es una parte fundamental del plan de negocios, porque permite evaluar el potencial económico de un proyecto empresarial y presentar alternativas viables de financiación para él. Al preparar el plan financiero, es necesario complementar

de forma creativa el proyecto empresarial y considerar caminos alternativos de financiación o lanzamiento para el proyecto.

- Cronograma de inversión y financiación: especificar la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando si se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio, si se tiene previsto incorporar recursos del crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversión fijas, para capital de trabajo, etc.) plazo, forma de pago, tasa de intereses etc. Igual mente, se hace necesario definir la tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.
- Presupuestos: diligenciar los archivos del balance inicial y proyectado, estado de resultados y flujo de caja. Se debe tener en cuenta que los periodos de proyección (para n” años) deberán estar en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso podrá ser inferior a 2.

I. Plan operativo

En el plan operativo se considera el programa de trabajo a realizarse durante un tiempo determinado. Este plan permite planificar y organizar el trabajo en función a las necesidades y posibilidades de la organización.

“El plan operativo es un instrumento de gestión muy útil para cumplir objetivos y desarrollar la organización. Permite indicar las acciones que se realizarán, establecer plazos de ejecución para cada acción y definir el presupuesto necesario. Permite además, realizar el seguimiento necesario a todas las acciones y evalúa la gestión anual, semestral, mensual, según se planifique.”⁷

- Cronograma de actividades: Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollara el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por periodo.
- Impacto del proyecto: Dar a conocer el impacto económico, regional social y ambiental del proyecto. Teniendo en cuenta los ítems antes mencionados para la elaboración de planes de negocios, y conociendo que el fondo emprendedor financia proyectos de este tipo se desarrolla el plan de negocio en mención en el trabajo de grado.

⁷ TEORIAS DE PRODUCCION. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.gestiopolis.com/teoriasdeproduccion/canales7gerencial/articulos>

Finalmente, y para el desarrollo de este plan de negocios, el cual tiene como finalidad la producción y comercialización de harina a base de plátano en el municipio de Tumaco, nos apoyaremos en algunas teorías las cuales fundamentan el proceso investigativo, entre ellas: la teoría de la Planeación Financiera, planeación Estratégica, Teoría del mercadeo, teoría del Método de Localización de BRONW Y GIBSON, Administración Científica y teoría de la Comercialización.

Teórica denominada planeación estratégica: En el presente plan de negocios se tiene en cuenta un área fundamental “El Área de Mercadeo” en este punto, se implementan estrategias de marketing para la empresa productora y comercializadora de Harina a base de Platano frente al mercado; estrategias para convertir las debilidades de la empresa en fortalezas y posibles amenazas en importantes oportunidades. Para desarrollar estas actividades es necesario apoyarse en la herramienta teórica denominada Planeación Estratégica, la cual busca concentrarse en aquellos objetivos factibles de realizar y en que negocios o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Según la teoría es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Justificación:** se debe justificar por qué se debe realizar la Planeación Estratégica y especificar por qué en una determinada empresa
- **Datos generales de la empresa:** En éste punto se relaciona la identificación de la empresa como nombre, a que se dedica, nombrar las filiales (si las tiene), actividades principales de la planta, ubicación, tamaño, principales productos, principales procesos, y demás información que considere necesaria.
- **Diagnóstico de la empresa:** Se debe dar inicio con los antecedentes de la empresa, como ha sido su crecimiento en el transcurso de los años, situación actual, etc.
- **Desarrollo de la planeación estratégica:** Se debe crear el Comité de Planeación, seguidamente se deben seleccionar los integrantes en base a sus conocimientos y experiencias, realizar el análisis de los factores internos y externos que se involucren en dicho proceso y mayor apoyo a miembros del comité de planeación disminuyendo la dependencia del comité de dirección.
- **Misión:** Realizar un estudio de la misma determinando si cuenta con: clientes, productos o servicios, mercados, tecnología, interés por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad, filosofía, concepto de sí misma, interés por la imagen pública e interés por los empleados.

- **Objetivos:** Es importante identificar los principales indicadores con los cuales se están midiendo con los más cercanos competidores.
- **Visión**
- **Valores**
- **Auditoría interna:** Las áreas funcionales de todas las organizaciones tienen fuerzas y debilidades. Ninguna empresa tiene las mismas fuerzas o debilidades en todas sus áreas. El proceso para realizar una auditoría es muy similar al de realizar una auditoría externa. Gerentes y empleados representativos de toda la empresa tienen que participar para determinar cuáles son las fuerzas y las debilidades de la empresa. La auditoría interna requiere que se reúna y asimile información sobre las operaciones de administración, marketing, finanzas /contabilidad, producción / operaciones, investigación y desarrollo y sistemas de información.
- **Auditoría externa:** El proceso para realizar una auditoría externa debe tener en cuenta aspectos gubernamentales, tecnológicos, etc.
- **Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)**
- **Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)**
- **Matriz del perfil competitivo (MPC)**
- **Matriz de la posición estratégica y la evaluación de la acción**
- **Matriz Boston Consulting Group (BCG)**
- **La matriz interna - externa:** La matriz IE se basa en dos dimensiones

Cabe anotar, que el ámbito de mercadeo es importante para la empresa productora y comercializadora de Harina a base de Platano en la ciudad de Tumaco, Para ello debe tener buenos fundamentos de la teoría y conceptos básicos del mercadeo, ya que es una disciplina que sirve para crear ventajas competitivas, es decir destacarse de la competencia. Por lo cual busca la satisfacción del cliente trabajando en distintas áreas: desarrollo del producto, estrategia de precios, logística, puntos de venta, promoción y comunicación.

Teoría del mercadeo. Meléndez Guzmán Rafael: “el mercadeo es el esfuerzo humano sistemático que la empresa realiza en forma ordenada y de acuerdo con políticas, planes y programas con el fin de buscar necesidades, definir bienes y servicios y seleccionar los mercados de consumidores y usuarios de fácil acceso. El mercadeo también involucra una mezcla de actividades en donde el principal propósito es que los consumidores tengan el producto en el tiempo y lugar

oportuno”.⁸

Esto incluye por lo tanto el acopio, transporte, empaque, búsqueda de abastecedores y mercados, financiación de los gastos que ocasiona la conservación del producto desde que se paga al productor hasta que el último consumidor lo compra, aceptación de los riesgos que entraña la conservación del producto mientras se encuentra un mercado, adaptación del mencionado producto a los gustos del consumidor, informar a los consumidores de su existencia y calidad, presentárselo en lotes de tamaño conveniente y todas las demás operaciones que implican llevar los artículos del productor al consumidor final.

Para identificar con mayor claridad un mercado se debe considerar su clasificación de acuerdo a seis conceptos que implican, identificar el área o territorio que se abarca, el tiempo, grupo de productos que se ofrecen, grado de competencia, nivel de operaciones en el manejo de la mercancía, tipo de intercambio. Igualmente, es necesario considerar los factores demográficos, económicos, culturales y psicosociológicos.

En ese orden de ideas, el mercadeo ofrece también un panorama de las diversas formas de orientar una estrategia comercial, como es el caso de la segmentación de mercados y sus ventajas de utilizar este método con el fin de penetrar a un mercado meta.

Stanton dice: “la segmentación de mercado es una filosofía con orientación al consumidor, es decir que primero se identifican las necesidades del consumidor en un mercado, después se proyecta un producto y/o programa de comercialización para lograr ese segmento y satisfacer esas necesidades”.

En el mercadeo también se cuenta con una serie de personas que nos ayudan a que nuestro producto llegue a los lugares que deseamos comercializar, como son los intermediarios pueden ser tanto mayoritarios como minoritarios, en esta fase la organización debe definir si va utilizar intermediarios o será distribuidor directo.

Para la incursión de la Harina a base de Platano, en el mercado local, la presente investigación requiere de la realización de un Estudio de Mercado que permita determinar cuál es el nivel de aceptación por las harinas, y poder identificar los clientes potenciales a consumir la Harina a base de Platano, también identificar las empresas productoras y comercializadoras de harinas y las condiciones en que están suministrando el bien, igualmente analizar los precios y la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

⁸ MELÉNDEZ GUZMÁN, Rafael. Mercadeo de productos agros. 1ra ed. México D.F: Limusa S.A, 1984. p. 80.

Teoría del método de localización de BROWN y GIBSON: “En esta teoría se combinan Factores posibles de cuantificar con Factores Subjetivos a los que asignan Valores ponderados de peso relativo. El Método consta de cuatro etapas”⁹

- Asignar un Valor relativo a cada Factor Objetivo FO_i para cada Localización optativa viable.
- Estimar un Valor relativo de cada Factor Subjetivo FS_i para cada Localización optativa viable.
- Combinar los Factores Objetivos y Subjetivos, asignándoles una ponderación relativa, para obtener una medida de preferencia de Localización MPL.
- Seleccionar la Ubicación que tenga la máxima medida de preferencia de Localización.

A través de esta teoría del Método de localización de BROWN Y GIBSON se puede determinar en parte el éxito o fracaso del negocio, debido a que permite ubicar la empresa productora y comercializadora de Harina de Platano en un lugar estratégico y adecuado teniendo en cuenta factores globales como: Medios y Costos de Transporte, Disponibilidad Y Costos de Mano de Obra, Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento de la materia prima, Factores Ambientales, Disponibilidad de Agua, Energía y Otros Suministros, Comunicaciones.

Teoría administración científica: “El nombre de administración científica se debe al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración, con el fin de alcanzar elevada eficiencia industrial. Los principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y la medición”. “El modelo administrativo de Fayol, se basa en tres aspectos fundamentales: La división del trabajo, la aplicación de un proceso administrativo y la formulación de criterios técnicos que deben orientar la función administrativa”¹⁰

Por consiguiente, la investigación se enmarca dentro de la Teoría Administración Científica de Taylor y de Administración Industrial de Henry Fayol¹¹ los cuales hablan de la Estructura Organizacional dentro de una empresa; con esta teoría se determina cual es el grupo de trabajo (recurso humano), con el que se debe contar dentro de la empresa y cuáles son las funciones y responsabilidades con que deben cumplir cada uno de ellos, para de esta forma tener una administración de

⁹ LOCALIZACIÓN, TAMAÑO E INGENIERIA DEL PROYECTO. Capítulo 3. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/.../18/.../html>

¹⁰ ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y GENERAL. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%207/ htm>

¹¹ BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Libro principios de la Administración científica (Taylor), administración Industrial y general de Fayol. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: https://isabelportoperez.files.wordpress.com/.../admc3b3n_ind_y_general.

los recursos (humanos, materiales e inmateriales) más eficiente, donde interactúen todos los integrantes del equipo de forma dinámica con el medio externo para alcanzar los objetivos comunes de la organización, como también con el medio interno que se crea y desarrolla en esas organizaciones, de cómo se relacionan los individuos teniendo en cuenta la división de trabajo, las autoridades, el flujo de información, las reglas y normas internas.

Planeación financiera: “Antonio Saldivar, en su libro *La Planeación Financiera en la Empresa* menciona a la estrategia de compras como una de las estrategias más importantes en las empresas, en el caso que se expone en este plan de negocios efectivamente se considera que una estrategia de compras bien implantada influirá en los resultados de la empresa en la calidad de los productos y sobretodo en su economía. La planeación financiera, es, sin lugar a dudas una de las funciones determinantes del éxito o el fracaso de una empresa, además es una herramienta importante para el proceso de toma de decisiones dentro de una organización. Ya que aun en condiciones económicas bonancibles, muchas son las que llegan a la quiebra por falta de un manejo adecuado de sus recursos”¹².

Mucho se ha hablado de la planeación estratégica y más recientemente de Administración estratégica, en éste plan de negocios es muy fundamental ya que, las organizaciones siempre han estado al tanto de las más recientes investigaciones y en el mejor de los casos ellas son las que investigan y generan el conocimiento para provecho de la comunidad empresarial.

Matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE): “La matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE) es una herramienta que permite a los estrategas evaluar las estrategias alternativas en forma objetiva, con base en los factores críticos para el éxito, internos y externos, identificados con anterioridad”¹³.

La MCPE determina el atractivo relativo de diversas estrategias, basándose en el grado en que exista la posibilidad de mejorar los factores clave críticos para el éxito, externos e internos, por medio del análisis del impacto acumulado de cada uno de los factores críticos.

La MCPE requiere que se hagan buenos juicios intuitivos y puede incluir cualquier cantidad de series de estrategias alternativas y una serie puede estar compuesta por cualquier cantidad de estrategias. Sin embargo, sólo las estrategias comprendidas en una serie dada son evaluadas en una relación mutua.

¹² SALDIVAR, Antonio. Planeación Financiera en la Empresa. 2da ed. México: Trillas, 1990. p 190.

¹³ PLANEACION ESTRATEGICA. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos32/planeacion-estrategica-aplicada/planeacion-estrategica-aplicada3.shtml#ixzz4E2i1kBOC>

Para construir una MCPE se debe hacer una lista de las oportunidades/amenazas externas y las fuerzas/debilidades internas clave de la empresa, en la columna izquierda de la MCPE. Esta información se debe obtener directamente de la matriz EFE y la matriz EFI. La MCPE debe incluir cuando menos diez factores externos y diez factores internos críticos para el éxito.

Establecer pesos a cada uno de los factores críticos para el éxito, internos y externos; estos pesos son idénticos a los de la matriz EFE y la matriz EFI. Los pesos se presentan en una columna contigua, a la derecha de los factores internos y externos.

En cuanto al plan de negocios es de vital importancia el aporte de la (MCPE), porque permite evaluar las estrategias con base en limitaciones y capacidades organizativas específicas y los factores críticos para el éxito, internos y externos que son identificados con anterioridad.

Estrategia de posicionamiento: “La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos”¹⁴.

Cuando llevamos a cabo una estrategia de posicionamiento, es recomendable tener en cuenta los siguientes factores:

- La diferenciación es un factor importante dentro del posicionamiento. Posicionarse junto a la mayoría no suele ofrecer ninguna ventaja.
- El mejor posicionamiento es aquel que no es imitable, si los competidores pueden imitarlo en el corto plazo, perderemos la oportunidad de diferenciarnos.
- El posicionamiento de la marca tiene que proporcionar beneficios que sean relevantes para el consumidor.
- Es importante posibilitar la integración de la estrategia de posicionamiento dentro de la comunicación de la compañía.
- La posición que deseamos alcanzar debe ser rentable.
- El posicionamiento de la marca debe entenderse como un proceso de perfeccionamiento de nuestra marca, incremento de nuestro valor añadido y búsqueda de ventajas competitivas.

¹⁴ Ibíd.

Plan estratégico de mercadeo: “El plan de marketing es una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. Así tenemos que el plan estratégico de marketing forma parte de la planificación estratégica de una compañía”¹⁵

No podemos olvidar que no debe ser una actividad aislada, sino, por el contrario debe estar perfectamente unida al resto de departamentos de la empresa (Finanzas, producción, calidad, personal etc...).

A medida que vamos implantando el plan de marketing puede darse la circunstancia de que algunas condiciones iniciales cambien. Por ejemplo alguna reacción de la competencia, entrada al mercado de nuevos productos etc. Esto implica que debemos **corregir el plan estratégico de marketing según convenga**.

El plan estratégico de marketing no debe ser rígido e inamovible. Por el contrario debe mostrar cierta flexibilidad en su aplicación. Es importante establecer un **plan de contingencias** para cada posible situación nueva.

Para el plan de negocios es de vital importancia tener en cuenta el plan estratégico de mercadeo por que con este se busca concentrarse en aquellos objetivos factibles de lograr, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Plan anual de marketing: “El plan de marketing es un documento por escrito que contiene los lineamientos de programas para el negocio central y las partidas para el periodo período de planificación”¹⁶.

Este documento produce beneficios múltiples: alienta y exige pensamiento disciplinado, asegura que no se pierdan experiencias previas, provee un vehículo de comunicación entre las áreas funcionales de la firma (manufactura, finanzas, ventas), vital para una implementación exitosa, permite asignar con precisión responsabilidades por resultados y confiere continuidad cuando rota el management o nuevos empleados deben ser rápidamente empapados sobre la situación de la empresa.

Usualmente, los planes de marketing se redactan en el núcleo corporativo, aunque el nivel exacto de la función varíe de organización en organización. Por ejemplo,

¹⁵ PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.gestiopolis.com/el-plan-estrategico-de-marketing/>

¹⁶ ALCONET. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: http://www.alconet.com.ar/varios/management/fas_06_02.html

las firmas basadas en gestión de marca preparan programas de marketing por marca, dado que cada una es clave de las utilidades (por ejemplo, Procter & Gamble desarrolla programas de comercialización separados para cada marca de dentífrico).

Alternativamente, algunas compañías hacen planes por grupos de marcas, particularmente cuando los costos fijos son difíciles de discriminar por productos.

De esta manera la empresa Harinas del Pacífico comprende la importancia de aplicación de un plan de anual de mercadeo que le permitirá desarrollar mejores estrategias eficaces y eficientes para para lograr el posicionamiento de su producto dentro de un lapso de tiempo que comprende el primer año de su funcionamiento y el lanzamiento de su producto Harina de Plátano la Sabrosita.

1.5.1.2 Marco conceptual. Para una mejor comprensión de la información contenida en este documento se relacionan algunas palabras o conceptos contenidos en el mismo, los cuales consideramos que podrían ser de gran importancia y orientación para el lector:

- **Comercialización:** Conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor o lugar de almacenamiento, hasta llegar al consumidor final.
- **Competencia:** La competencia en esta ocasión serán las empresas que ofrecen al mercado productos similares que produce la compañía.
- **Crecimiento económico:** aumento del producto interno bruto (PIB) y de la renta de capital de un país o, lo que es lo mismo, un aumento en la producción de bienes y servicios de dicho país.
- **Demanda:** Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.
- **Desarrollo:** Mejora o progreso de un producto, empresa o país mediante la investigación o mejor uso de los recursos disponibles. A diferencia de crecimiento, responde a un plan estructurado.
- **Desarrollo económico:** Proceso de crecimiento de una economía caracterizado por innovaciones tecnológicas, aumentos en la productividad cambios sociales que suele ir acompañado por un mejor reparto de la renta y la riqueza.

- **Desarrollo Regional:** Proyecto social que integra la participación en las actividades que se realizan a nivel regional en coordinación con instituciones públicas, privadas y de la comunidad en general para la solución de los problemas del desarrollo de su entorno territorial.
- **Economía:** Es la ciencia que se ocupa de la manera en que se administran unos recursos que son escasos, con objeto de producir bienes y servicios, y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad.
- **Emprendimiento:** Término utilizado para expresar la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.
- **Estrategia:** Determinaron del propósito y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.
- **Estudio de mercado:** se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.
- **Equidad:** Disposición para dar a cada uno lo que merece.
- **Gusto:** El gusto hace referencia a la inclinación de las personas por adquirir y consumir un determinado bien o servicio que consideren más agradable o satisfactorio y se coloque por encima de los demás.
- **Harina:** Es el polvo fino que se obtiene de alimentos ricos en almidón. La harina especialmente la de plátano, tiene muchas posibilidades culinarias, aportando el rico sabor de la fruta e interesantes propiedades nutricionales.
- **Inversión:** La inversión se considera la cantidad de recurso en efectivo y/o en especie que una determinada persona, empresa, sociedad, etc., esté dispuesto a invertir; recursos que deberán en el corto, mediano o largo plazo recuperarse y generar una utilidad para los inversionistas. En este sentido, se pretende que como resultado de la presente investigación, se determine el monto de los recursos que se necesitan para la producción y comercialización de Harina a base de Platano convirtiéndose en un negocio altamente rentable y promisorio.
- **Localización:** Ubicación geográfica de un lugar o región.
- **Matriz DOFA:** Herramienta de análisis que permite conocer la situación interna y externa de una empresa y proponer estrategias para aprovechar las oportunidades y fortalezas, y de esta manera contrarrestar las amenazas y

debilidades en forma eficiente y efectiva.

- **Mercado:** Desde el punto de vista del marketing, el **mercado** está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.¹⁷
- **Mercadeo:** proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”¹⁸
- **Segmento:** un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado.
- **Planeación estratégica:** “Se define como un proceso de gestión que permite visualizar, de manera integrada, el futuro de las decisiones institucionales que se derivan de la filosofía de la organización, de su misión, de sus orientaciones, de sus metas, de sus objetivos, de sus programas.”¹⁹
- **Plátano (Hartón):** El **plátano macho** pertenece a la misma especie del plátano común, es el plátano verde o para cocer que se cultiva como si fuera una hortaliza en zonas de la selva tropical.
- **Producción:** proceso por medio del cual se crean los bienes económicos, haciéndolos susceptibles de satisfacer necesidades humanas, o sea incorporándoles utilidad.
- **Producto:** Es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.

¹⁷ WIKIPEDIA. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: [https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_\(marketing\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_(marketing))

¹⁸ CONCEPTOS DE MERCADEO. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.gestiopolis.com/conceptos-de-mercadeo/>

¹⁹ UNIVERSIDAD COOPERATIVA. Planeación Estratégica de la Universidad. 1988. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.javeriana.edu.co/...Estrategica.../70ee1c6a-e5e6-4e1a-b0b0-a694d.

- **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.
- **Posicionamiento del mercado:** Es la posición que ocupa un determinado producto en la mente del consumidor, teniendo en cuenta que lo percibe como diferente al ofrecido por la competencia.
- **Rentabilidad:** La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.²⁰
- **Tecnología:** La tecnología es una herramienta indispensable para cualquier empresa en la actualidad, puesto que es determinante para lograr eficacia y efectividad para desarrollar actividades cotidianas tanto de producción como de administración. Para la presente investigación, este término surge su importancia en el sentido de que para la empresa productora y comercializadora de Harina a base de Platano es necesario realizar inversiones tecnológicas que permitan procesar eficientemente la materia prima y así producir la Harina a base de Platano. Por consiguiente la inversión en maquinarias y demás bienes de capital es indispensable para aumentar la producción, estandarizarla y ser competitivos.
- **Sistema de comercialización:** Mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor consumidor.

1.5.1.3 Marco histórico. El plátano es un cultivo originario de América tropical y actualmente se encuentra en cualquier parte de nuestro país. Este es una de las frutas más fáciles de comer y de mayor presencia en los hogares colombianos y en especial de la costa pacífica nariñense, este fruto podemos encontrarlo en el mercado durante todo el año. Originario de sudeste asiático, entre india y malasia, paso a través de Madagascar al continente africano y desde ahí se extendió por los países mediterráneos. Gracias a las conquistas de los portugueses, desde guinea ecuatorial paso a las islas canarias, el lugar de mayor producción es

²⁰ CRECE NEGOCIOS. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>

España.

En sus viajes al otro lado del atlántico, los españoles llevaron el fruto a América en donde es mucho más común hasta nuestros tiempos convirtiéndose en una fruta muy accesible y deseada por las personas, es una de las frutas más consumida en el planeta, con especial importancia en las dietas de las personas residentes de países como América del sur y África. Con más de 1000 especies, disponemos de una amplia variedad, destacando la Cavedios, la más consumida en España, el dominico y el plátano macho, que tienen la particularidad de degustarse de forma cocida.

En el Ecuador, la harina de plátano permite a los agricultores dar un valor agregado a la producción, actividad que canalizaron los productores del recinto. El Deseo y sectores aledaños, sin embargo hay inconvenientes grandes, entre ellos épocas donde el precio es demasiado bajo y otras demasiado alto, lo que obliga a variar el costo de producción, consecuentemente el precio final del producto, incluso se ha suspendido la producción.

La harina Sabrosita del Deseo estaba siendo comercializada a través del Camari en Latacunga, Quito y Riobamba, y a través de otras instituciones, pero no había ganado espacio en el mercado local, aspecto que motivó a los 25 socios de la organización a emprender una campaña masiva de captación de los consumidores lamanenses dando a conocer las bondades del producto, y sobre todo valorando que se genera en nuestra zona.

La producción en cuanto a cantidad no es constante, máximo es de 250 quintales mensuales, pero el problema es el mercado de consumo, y se aspira impulsar un trabajo que permita llegar de manera directa al consumidor final, incluso se ha ubicado un puesto de venta en la feria libre y se desarrolla visitas puerta a puerta en la ciudad de La Maná; el producto se oferta en fundas de una libra a 50 centavos de dólar.

En Colombia la producción de harina de plátano, cuyas cualidades nutricionales tanto para niños y adultos es reconocida, trabaja la ASOPLAD, la Asociación de Plataneros de Dosquebradas.

Dosquebradas produce aproximadamente 13 toneladas de plátano mensual pero cerca del 20 % no se vende en las plazas, supermercados o tiendas por qué no cumple con las características necesarias de tamaño o calidad. El plátano que se utiliza para la producción de harina es el excedente. Es decir, es un producto que sin ser de mala calidad, nace en las puntas del racimo y por lo tanto es más pequeño y su presentación no es la mejor.

También se utiliza el que se produce en las partes más altas y más frías de la región o aquel que sencillamente engroso.

ALANCOL es una empresa moledora ubicada en dos quebradas Risaralda, se ha convertido en la mayor compradora de plátano seco de los productores de Guinchia, Guatita, Belén de Umbría y Dosquebradas y la cual produce fécula en grandes cantidades, actual mente esta empresa produce mensualmente 15 toneladas de harina de plátano.

En el departamento de Nariño, que está compuesto por dos zonas la sierra y la zona costera donde es esta primera el consumo de plátano es muy mínimo debido a que el consumo de papa u otros tubérculos suele ser más común por las condiciones climáticas que se presentan, sin embargo en las zonas costeras la siembra de plátano constituye una fuente de empleo, puesto que muchas familias basan su economía en la venta de este producto y es mucho más común su consumo teniendo en cuenta esto se pretende poner en marcha esta idea de negocio principalmente en el municipio de Tumaco, como fuente principal de abastecimiento de la materia prima y teniendo en cuenta que no hay antecedentes de producción y comercialización de harina de plátano en el departamento, sobre todo en el municipio de Tumaco²¹

1.5.1.4 Marco legal. Teniendo en cuenta la producción y comercialización de Harina a base de Plátano en el municipio de Tumaco 2012 - 2017, se expone a continuación las principales leyes o normas que se deben tener en cuenta a la hora de producir y comercializar los productos, de igual manera para que el establecimiento en donde se produzca y comercialice Harina a base de Plátano entre en funcionamiento legal, se debe regular por un marco normativo “antitrámites”.

La formulación y ejecución de la política agrícola colombiana le corresponde al Estado. En tal sentido, el organismo rector es el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el ejecutor es el Instituto Colombiano de Desarrollo Rural – INCODER quien a su vez autoriza el ejercicio de la actividad a nivel nacional, y por lo tanto se constituye en el principal interlocutor con los gremios y productores del sector.

Si nuestro emprendimiento, no cuenta con socios, tenemos dos alternativas válidas, estas son: inscribirnos en Cámara de Comercio como Comerciante-Persona Natural o inscribirnos como Empresa Unipersonal, la cual tiene características similares a la Sociedad Limitada.

El marco legal para planes de negocio en Colombia, se enmarca en la creación de fondo emprender, el establecimiento de sus funciones y condiciones para su funcionamiento.

²¹ NOTICIAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y VERDURAS [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.freshplaza.es>

La ley 789 de Diciembre 27 del 2002, establece la creación de " FONDO EMPRENDER" , como una cuenta independiente adscrita al servicio Nacional de aprendizaje SENA, cuyo objetivos es financiar iniciativas empresariales desarrolladas por aprendices, practicantes universitarios o profesionales cuya formación se desarrolle en instituciones reconocidas por el estado de acuerdo con las leyes **30 de 1992 y 115 de 1994**. Mediante **Decretos 934 de 2003**; se reglamenta su funcionamiento, mediante el **acuerdo 007 de 2004**; se determinan las condiciones generales necesarias para el mismo y con el **acuerdo 0015 de Diciembre DE 2004**, se modifica parcialmente el reglamento interno de fondo emprender. Respeto a la parte ambiental los decretos a tener en cuenta son:

Decreto 1220 de 2005 de las licencias ambientales:

El presente plan de negocio está regido por la siguiente normatividad: **Ley 1014 de 2006** para la cual se dictan (Enero 26) normas para el fomento de la cultura empresarial en Colombia. Mediante esta ley se desarrolla el anterior precepto constitucional.

Aspectos legales: Resolución número **005109 de 2005** - por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

Resolución número 002546 de 2004 - Por la cual se establece el reglamento técnico de emergencia a través del cual se señala los requisitos sanitarios que se deben cumplir en la producción y comercialización del chontaduro para el consumo humano y se dictan otras disposiciones"²².

Legislación ambiental: En el año 1974, con la comprobación del código nacional de los recursos naturales renovables y de protección al medio ambiente, se dio inicio a la gestión ambiental en el país en cabeza del indirena. Luego con la aprobación del código sanitario nacional en 1979, se establecieron los lineamientos generales en materia de regulación de la calidad del agua y aire, así como el manejo de los residuos sólidos.

Posteriormente con la expedición de la ley de 1993, se crea el Ministerio de Medio Ambiente y se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, y se organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA) que es el conjunto de orientaciones, normas, actividades, recursos, programas e instituciones que permiten la puesta en marcha de los principios generales ambientales.

²² INTERPRETACIÓN DE LA LEY DE FOMENTO DE EMPRENDIMIENTO. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.Actualicese.com/2006,una,nueva.

Artículo 65 (capítulo II de la constitución de 1999) .La producción de alimentos gozara de la especial protección del estado para tal efecto se otorgara prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, forestales y agroindustriales así como la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras.

De igual manera el estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario con el propósito de aumentar la producción de alimentos.

Decreto 3636 10/11/2005. Por el cual se reglamenta la fabricación, comercialización, envase, rotulado o etiquetado, régimen de registro sanitario, de control de calidad, de vigilancia sanitaria y control sanitario de los productos de uso específico y se dictan otras disposiciones.

El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las atribuciones constitucionales y legales, especialmente las conferidas por el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, Ley 09 de 1979 y el artículo 245 de la Ley 100 de 1993, decreta:

Título VI: Artículo 19. Requisitos del envase. El envase de los productos de uso específico deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Estar fabricado con materiales que no produzcan reacción física o química con el producto y que no alteren su potencia, calidad y pureza.
- Corresponder a lo aprobado en el estudio de estabilidad.
- Tener una forma que no genere una impresión errónea respecto de la
- Naturaleza del producto.

Artículo 20. Requisitos del rotulado o etiquetado. Los rótulos y/o etiquetas de los productos de uso específico deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a. El rótulo y/o etiqueta debe contener información veraz respecto a la naturaleza del producto.

b. No deberán describirse, ni presentarse empleando palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la naturaleza, origen, composición o calidad del producto.

Artículo 21. Información del rotulado o etiquetado. El envase o empaque de los productos de uso específico, deberá tener un rótulo y/o etiqueta que contenga como mínimo, la siguiente información:

Nombre y/o marca del producto: se deberá utilizar una que no induzca a error o engaño al consumidor. Estos productos no se podrán rotular y/o etiquetar como alimentos, medicamentos, productos fitoterapéuticos, o como preparaciones farmacéuticas a base de productos naturales o bebidas alcohólicas.

ISO 9000 e ISO 14000. “Las normas son necesarias en la actualidad para toda actividad organizada, por esta razón en el mundo, las organizaciones las crean y las siguen con rigidez con el fin de alcanzar con éxito los objetivos de la organización”²³.

En actualidad a nivel mundial las normas ISO 9000 e ISO 14000 son requeridas, debido a que garantizan la calidad de un producto mediante la implementación de controles exhaustivos, asegurándose de que todos los procesos que han intervenido en su fabricación operan dentro de las características previstas. Toda empresa debe tener en cuenta estas normas pues son el punto de partida en la estrategia de la calidad, así como para la posterior certificación de la empresa.

La norma ISO 14000, no es una sola norma, sino que forma parte de una familia de normas que se refieren a la gestión ambiental aplicada a la empresa, cuyo objetivo consiste en la estandarización de formas de producir y prestación de servicios que protejan al medio ambiente, aumentando la calidad del producto y como consecuencia la competitividad del mismo ante la demanda de productos cuyos componentes y procesos de elaboración sean realizados en un contexto donde se respete al ambiente.

Estas forman parte además de la serie ISO (Internacional Standard Organización) de donde provienen las conocidas ISO 9000 e ISO 9001, referidas estas últimas a la calidad total dentro de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que el estudio de estas leyes permite tener una visión más clara de todas las obligaciones que tiene la empresa productora y comercializadora de harina a base de plátano al incursionar al mercado del municipio de Tumaco.

Ley 1014 de enero 26 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento. El Congreso de Colombia, decreta en el capítulo I mediante disposiciones generales: Artículo 1°. Definiciones:

Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema

²³ ISO 14000 - GESTIOPOLIS. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.gestiopolis.com/recursos/.../iso14car.htm

educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

1.5.1.5 Marco temporal. El plan de negocios para la Producción y comercialización de Harina a base de Platano- Sector agrícola del municipio de San Andrés de Tumaco, departamento de Nariño - Colombia, periodo comprendido durante los años 2012, y 2017.

D. Marco espacial

El ámbito de referencia sobre el cual se constituye el conocimiento planteado abarca la zona rural y un Centros de Acopio (La Platanera), este para verificar la cantidad de producción existente en la región. Lo anterior es de vital importancia ya que a través de ellos se obtiene información relevante que se requiere para enriquecer la investigación.

El municipio de Tumaco, donde se desarrollará el plan de negocios para la producción y comercialización de harina a base de plátano posee la siguiente ubicación astronómica:

Se extiende en sentido Occidente - Oriente y se encuentra en el Sureste Colombiano, a los 2° - 48' - 24" de latitud norte; 78° - 45' - 53" de longitud al oeste del Meridiano de Greenwich.

Tiene una extensión de 3.760 Km² los cuales representan un 12.11% del departamento. Tiene una altura de dos metros sobre el nivel del mar. La bahía de Tumaco, comprendida entre Punta del Cocal hasta Punta de Cascajal, forma el archipiélago del mismo nombre, integrado por las islas de Tumaco, la Viciosa y el Morro, hoy unida por un moderno puente.

Está ubicado a la margen derecha del Océano Pacífico y limita así:

Por el norte La isla Viciosa y el Morro, rodeando el sur se encuentra El Bajito y Vaquería, siguiendo por el oriente se haya Bellavista y el Burrero, y por el occidente se encuentra con el Océano Pacífico.

Tumaco es la segunda ciudad del departamento de Nariño y el segundo puerto marítimo en la costa pacífica.

Es muy sencillo llegar a Tumaco por ejemplo; por vía aérea se llega a la capital Bogotá D.C. se hace conexión de vuelo con la ciudad de Tumaco, en la actualidad hay una empresa nacional que realiza viajes hacia Tumaco: Avianca, esta empresa saliendo desde Bogotá D.C. siempre hacen escala en La ciudad de Santiago de Cali, el vuelo toma aproximadamente (1) una hora.

Según proyecciones del DANE de 2013, el municipio de Tumaco cuenta con una población aproximada de **203.971** habitantes, Los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

“Mujeres son 95.451 Hombres 95.767, Hogares 37.264, Viviendas 39.135, Unidades económicas 2.218, Unidades agropecuarias 3.926.”²⁴

Tumaco Presenta clima a una temperatura de 28 °C, la cual desciende hasta los 16°C considerado como ardiente y húmedo, el régimen de lluvias es moderado y presenta precipitación anual hasta de 2.531m.m.

La población se dedica al comercio, agricultura, ganadería, pesca, explotación de madera y en pequeña escala a la minería.

Tumaco presenta la siguiente situación geográfica:

Límites:

Al norte con el municipio de Mosquera, desde la bocana de Pasacaballo hasta la Palizada, en los Remolinos grandes del Río Patía, **al sur limita con la** República del Ecuador, **al oriente:** Con los municipios de Roberto Payán, Barbacoas, por último **al occidente confina** Con el municipio de Pizarro y el Océano Pacífico.

La población de Tumaco está dividida en los siguientes corregimientos: C. Albania, C. Alberto Lleras Camargo (Congal), C. Alfonso López, C. Almirante Padilla (Cajapi), C. Alto Agua Clara, C. Alto Buenos Aires, Alto Palambí, C. Alto San Agustín (Río Mira), C. Alto Santo Domingo, C. Ambulpí.

1.5.1.6 Marco contextual. El municipio de Tumaco fue fundado el 30 de noviembre de 1640 por el padre Francisco Ruñi (fecha adoptada mediante acuerdo N° 013 DE 1988).

Tumaco es el segundo puerto colombiano en el Pacífico por importancia después de Buenaventura y dista de Pasto la capital del departamento de Nariño a unos 300 km por vía pavimentada.

Posee una población aproximada de 203.971 habitantes y una extensión de 3.778 kilómetros cuadrados, convirtiéndose en la segunda población por número de habitantes después de la capital Pasto y el primer municipio por extensión geográfica, la mayoría de los habitantes son afro-descendientes, existen 9 consejos comunitarios y 12 resguardos indígenas en su territorio. La vía principal

²⁴ AGUSTÍN CODAZZI Y LA GEOGRAFÍA EN EL SIGLO XIX. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.lablaa.org/geografia/nacional>

de transporte es la fluvial y la marítima.

El municipio de Tumaco, y el área vecina pose una flora sumamente rica siendo catalogada la cuenca del pacifico como una de las regiones más ricas en biodiversidad, es una región maderera, posee una gran variedad de fauna y se trabaja en la explotación minera de la región.

Los índices de infraestructura en el municipio de Tumaco, señalan que 7.41% de la población no tiene atención en servicios básicos, el 31.12% accede al servicio de acueducto y en malas condiciones tan solo el 4.42% tiene servicio de alcantarillado.

Los niveles de pobreza en la región se manifiesta en que 55.02% está por debajo de las necesidades básicas insatisfechas, y el 27% de la población vive en condición de miseria absoluta.

Cabe resaltar que en los últimos años en el municipio se ha presentado un alto grado de corrupción administrativa, todo esto acompañado de la aparición de cultivos de uso ilícito y por ende el deterioro del conflicto y un gran número de desplazados en el casco urbano, hacen que sea necesaria la intervención del gobierno nacional, gubernamental y también de la comunidad internacional con políticas serias y soluciones variables, para que esta comunidad pueda salir adelante.

1.6 DISEÑO METODOLÓGICO

1.6.1 Línea de investigación. En este proyecto se manejará una línea de investigación enmarcada en los proyectos productivos, y planes de negocios del departamento de Nariño; específicamente en la producción y comercialización de Harina a base de Plátano en el municipio de Tumaco.

Sub Línea de Investigación: La Sub línea de investigación sobre la cual se basa el presente estudio, es Proyectos de Mercadeo Regional.

1.7 OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de investigación lo componen las diferentes Centros de Acopio, Asociaciones y demás actores del Municipio de Tumaco dedicadas al cultivo y cosecha del Platano, las cuales son entrevistadas con la finalidad de adquirir información pertinente en cuanto al cultivo del Platano, de igual manera se analiza el nivel de compra, marcas, presentaciones de las Harinas, etc., en los supermercados.

También son objetos de estudio los clientes potenciales que demanden la Harina a base de Platano, clientes existentes en la ciudad de Tumaco, los cuales son encuestados con la finalidad de adquirir información con respecto a perfiles, comportamientos, inclinaciones, gustos y preferencias, entre otras variables susceptibles de ser analizadas.

1.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación a realizar es de tipo **descriptivo**, ya que con la misma se pretende identificar los procesos de producción y comercialización de harina a base de plátano del municipio de Tumaco, esta se hará mediante el análisis detallado de las características demográficas del sector agricultor (cultivo de plátano), y su relación con las variables a estudiar, las cuales se plasmarán en el plan de negocios.

De igual forma se debe destacar que este plan de negocios se realizará siguiendo algunos parámetros básicos para el desarrollo del mismo, en especial los parámetros establecidos por **FONDO EMPRENDER**.

1.9 FUENTES DE INVESTIGACIÓN

1.9.1 Primarias. Para la recolección de la información se hace necesario recurrir a fuentes primarias, Inevitablemente la observación es una técnica que está implícita en éste estudio por su importancia dentro del proceso del conocimiento científico, la cual permitió identificar el problema y sus posibles causas y por consiguiente permite saber cuál es la producción potencial para satisfacer la demanda potencial al momento de la ejecución del plan de negocios. Así mismo se realizan entrevistas a los Centros de Acopios, Asociaciones, etc., dedicadas al cultivo y cosecha del Platano en el municipio de Tumaco y entrevistas a Supermercados existentes en los mercados y demás personas que se considere necesario, para obtener toda la información que se requiere para llevar a cabo la investigación. De igual manera se requiere de encuestas que permitan determinar el grado de conocimiento que tienen los clientes potenciales de la Harina a base de Platano, las características de las personas que consumirían el producto, etc.

1.9.2 Secundarias. El Internet es una herramienta de vital importancia en éste proceso, pues a través de sus portales y buscadores se adquiere, completa y actualizada información de base como las teorías en las cuales se enmarcará la investigación, información de tipo legal, técnica y demás. De igual manera se utilizan documentos encontrados como tesis y textos relacionados con la generación de valor agregado al Platano.

1.10 METODO DE INVESTIGACION

Para el desarrollo de esta investigación se hará uso de diferentes técnicas debido a que iniciamos conociendo la situación real de las personas dedicadas a la producción y comercialización de Plátano en el municipio de Tumaco.

Mediante el método de observación pretendemos conocer la calidad de vida, el aspecto financiero, el aspecto comercial, productivo, estructura organizacional, e implementación de tecnología aplicada a este sector. De igual forma se realizarán charlas y entrevistas a los productores de plátano de la región.

Adicionalmente se tendrá en cuenta el conocimiento de la problemática y capacidad investigativa del equipo de trabajo.

1.11 POBLACION Y MUESTRA

Para llevar a cabo el estudio de mercado para la producción y comercialización de Harina a Base de Platano, en el municipio de San Andrés de Tumaco, se tiene en cuenta los habitantes de los estratos 1,2 y 3 (168.958) del municipio, sin importar la cultura, raza, religión, etc., con la finalidad de conocer el comportamiento de la demanda del producto en mención, así mismo cuales son las marcas que más prefieren con respecto al producto, identificar la competencia y demás información que se considere relevante considerando gustos y preferencias²⁵

Para determinar la cantidad de hogares a quienes se les realizan las encuestas, se utiliza la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra
N= Población Objeto de estudio
e= Margen de error
P= Probabilidad de éxito
q= Probabilidad de fracaso

²⁵ CENTRALES ELÉCTRICAS DE NARIÑO – TUMACO. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.centraleselectricasdenariño.gov.co

Z= Margen de confiabilidad
 e= 5% P= 0,5 Z= 95% q= 0,5

$$n = \frac{(1.96^2)(168.958)(0.50)(0.50)}{(0.05^2)(168.958) + (1.96^2)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(168.958)(0.25)}{(0.0025)(168.958) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(162.267,2632)}{(422,395) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{(162.267,2632)}{(423,3554)}$$

n= 383 encuestas a realizar

Para llevar a cabo la investigación de mercado se deben realizar 383 encuestas.

Luego se procede a calcular el número de encuestas a realizar por cada comuna, como se expresa en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Estratos en el Municipio de Tumaco.

ESTRATO	PERSONAS	PORCENTAJES	ENCUESTAS
1	66.340	39%	149
2	53.574	32%	123
3	49.044	29%	111
TOTAL	168.958	100%	383

Fuente. Este estudio

Para la selección de la muestra que conlleve a la realización de las encuestas se multiplica la cantidad de personas de cada estrato por 100 y se divide por el valor total de las personas de todas las personas, obteniéndose un porcentaje para cada estrato. Posteriormente se multiplica el total de las encuestas a realizar (383) con el porcentaje de cada estrato, obteniendo finalmente el número de encuestas

a realizar en cada estrato, como se describe en el anterior cuadro.

Por otra parte se realizara entrevistas a los distribuidores existentes en el municipio como son los supermercados: Merca Z, La campiña, El diamante, Supermercado el Metro. Se escogen a estos por ser los grandes comercializadores de mayor concurrencia en el municipio de Tumaco.

También se realizara entrevistas a los proveedores (Centros de Acopios) existentes en el municipio, como son: Centro de Acopio la Platanera, Centro de Acopio la Taguera, Centro de Acopio el Bucanero y Centro de Acopio los Polos.

Cabe mencionar que no se realiza ningún tipo de muestro para determinar una cantidad específica a entrevistar, debido a que la población es pequeña y si se puede acceder a ella en totalidad.

1.12 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información del presente estudio, es necesaria la utilización de tres técnicas e instrumentos de recolección de información como son:

Observación: Sin lugar a duda la observación es una técnica que está implícita en este estudio por su importancia dentro del proceso del conocimiento científico. La cual permite identificar el problema y sus posibles causas, generándose un acercamiento con el producto, los Centros de Acopios, Asociaciones etc., existentes en las ensenadas o veredas aledañas al municipio de Tumaco, igualmente los supermercados existentes.

Entrevistas: Las entrevistas han sido y serán en todo proceso de investigación, indispensables para el desarrollo del estudio, las cuales son fuentes de información primaria, entrevistas personales realizadas directamente a los diferentes Centros de Acopios, Asociaciones, etc., dedicadas al cultivo cosecha del Platano en el Municipio de Tumaco, información pertinente para saber con qué producción se puede contar al momento de satisfacer la demanda en las ciudades a incursionar. De igual manera se requiere la realización de entrevistas a supermercados existentes, (Se anexa ficha de entrevista en el ANEXO B y el formato de entrevista en el ANEXO C para los supermercados existentes). (Se anexa ficha de entrevista en el ANEXO D y el formato de entrevista en el ANEXO E; para Centros de Acopios, Asociaciones etc.).

Encuesta: Con los resultados que arroje la aplicación de la formula estadística, se realizan las correspondientes encuestas en la ciudad de Tumaco, que permitan determinar el grado de conocimiento que tienen los clientes potenciales de la Harina a base de Platano. De igual manera identificar las características de las

personas que consumirían el producto, cual es la competencia más importante, canales de distribución, etc. (se anexa ficha de encuesta en el ANEXO F y el formato de encuesta en el ANEXO G).

1.13 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para analizar la información recopilada es necesario realizar una clasificación, tabulación, codificación, sistematización y registró. Será necesario utilizar técnicas lógicas como son matrices como la MEFI, DOFA, la MEFÉ, la MPC, entre otras; también se utilizan matemáticas para determinar promedios.

Para el análisis de la información también es necesario apoyarse en herramientas como el software MicMac y Stat Graphic.

2. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HARINA A BASE DE PLÁTANO EN EL MUNICIPIO DE TUMACO AÑO 2012-2017

2.1 ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD (CAPACIDADES INTERNAS Y EXTERNAS) PARA EL PLAN DE NEGOCIOS

En estos días que el comercio esta globalizado, la situación de una empresa se mide mediante capacidades internas y externas, esto ha permitido un gran nivel de éxito y permanecía en el mercado de las empresas que son visionarias, por ende es misión de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, a constituirse mediante el plan de negocios, priorizar en sus actividades la implementación de un diagnostico estratégico que permita un detallado análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la empresa en un momento dado.

- Fortalezas: actividades y atributos internos de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, que contribuyen y apoyan al logro de los objetivos de la organización.
- Debilidades: actividades o atributos internos que inhiben o dificultan el éxito de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, en esos atributos, cuando se compara con otras empresas del sector está por debajo del promedio de las mismas.
- Oportunidades: eventos, hechos o tendencias en el entorno de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de esta, si se aprovechan de forma oportuna y adecuada. El futuro se construye a través de la identificación de oportunidades y solo se logra tomarlas si estamos vigilantes de los cambios.
- Amenazas: eventos, hechos y tendencias en el entorno de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, que inhiben, limitan, o dificultan su desarrollo operativo. Frente a las amenazas de la empresa se debe proteger y hacerle frente a los cambios desafiantes.
- A continuación se detalla una seria de elementos constitutivos de la planeación estratégica como las diferentes matrices, las cuales permiten analizar a cabalidad que tan competitiva será la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, en el sector de los alimentos (Harinas para coladas), con el objetivo de crear e implantar estrategias para ser más competitivos. La esencia de la planeación estratégica en el plan de negocios es aprovechar las fortalezas y prevenir el efecto de las debilidades, utilizar a tiempo las oportunidades y anticiparse al

efecto de las amenazas.

2.1.1 Análisis competitivo de capacidades internas:

Matriz de evaluación de factores internos (MEFI). Es una matriz de suministro de datos, en su elaboración se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

- Identificar las fortalezas y debilidades.
- Seleccionar los factores claves críticos.
- Ponderar cada factor clave de la lista, según su importancia relativa, con relación al éxito o fracaso en el sector que se desenvuelve. Los valores van desde 0,0 (sin importancia) a 1,0
- Clasificar cada valor clave.

Matriz MEFI para la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”. La escala de valores es:

- Debilidad mayor = 1
- Debilidad menor = 2
- Fortaleza menor = 3
- Fortaleza mayor = 4

Posteriormente multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación para establecer un resultado total ponderado para una organización.

El resultado ponderado puede oscilar entre “1 y 4” entonces $(1+4)/2$, el promedio es 2,5. Los resultados mayores a 2,5 indican una organización con una fuerte posición interna, y los resultados menores a 2,5 muestran una organización con debilidades internas.

Cuadro 1. Matriz MEFI para harinas del pacifico

Aplicación de la Matriz de Evaluación de factores Internos (MEFI)			
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO/ PON	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
FOTALEZAS			
Se ha definido una metodología para hacer planeación financiera.	0.05	3	0.15
La empresa cuenta con un departamento de recursos humanos el cual se encarga de incorporar, orientar y capacitar al personal	0.04	4	0.16
Los productos ofrecidos por la empresa poseen precios justos.	0.03	4	0.12
La empresa cuenta con un producto de calidad.	0.04	4	0.16
La empresa puede reunir capital a corto plazo	0.05	3	0.15
El clima organizacional de la empresa está determinado por un gran empoderamiento.	0.05	3	0.15
La empresa presenta una buena estructura organizacional.	0.06	4	0.24
La empresa analiza las necesidades de los clientes.	0.06	4	0.24
El proceso productivo es organizado y posee medidas de control para el flujo de producción. (Desde la recepción de materias primas hasta la entrega de los productos terminados).	0.08	4	0.32
La empresa maneja varios proveedores a la vez que le permitirán dar respuesta al mercado en caso de existir una demanda superior a lo normal de los productos que ofrece.	0.07	4	0.28
La empresa es competitiva, por la innovación de productos.	0.09	4	0.36
Se tiene un plan de mercadeo, con estrategia, publicidad, actividades de mercadeo para la ciudad.	0.1	4	0.40
La empresa ha definido cuál es su mercado objetivo.	0.1	4	0.40
La empresa cuenta con productos certificado ante normas de calidad.	0.04	3	0.12
DEBILIDADES			
La empresa no cuenta con capital financiero suficiente para inversión.	0.05	2	0.10
La empresa no cuenta con tecnología.	0.04	2	0.08
La empresa no cuenta con infraestructura y maquinarias óptimas para su excelente funcionamiento.	0.05	2	0.10
TOTAL	1		3.53

Fuente: la presente investigación.

Interpretación, análisis y evaluación de capacidades internas. De acuerdo a los datos suministrados por la matriz de evaluación de factores internos (MEFI), el resultado obtenido fue de 3.53, lo que indica y describe a la empresa “**HARINAS**”

DEL PACIFICO” a constituirse mediante el Plan de Negocios con una fuerte posición interna, y con mínimas debilidades, de igual manera es importante tratar de subsanar las falencias que presenta la empresa en aras de generar un óptimo desempeño laboral.

Uno de los grandes éxitos de las empresas visionarias es tener definido el mercado al cual pretenden incursionar, esto caracteriza una gran fortaleza en el **Área de Mercadeo** para “**HARINAS DEL PACIFICO**”, la cual identifica su mercado objetivo (SAN ANDRES DE TUMACO), para los cuales se han de diseñar estrategias de mercadeo que permitan posicionar la harina de plátano.

Con respecto a esta área; se desarrolla un plan de mercadeo, en el cual se determinan actividades con el fin de adecuar una mejor posición en el mercado, mediante; publicidad, promoción, como por ejemplo material POP, comerciales y actividades de merchandising en los Supermercados. En cuanto a los clientes la empresa de forma estratégica analiza las necesidades de los clientes, para lo cual recopila información a través de los buzones de sugerencias existentes en los supermercados, de igual manera realiza investigación de mercados obteniendo información de los consumidores y clientes directos e indirectos, con respecto a los gustos, necesidades, etc. que permitan mejorar el producto y/o servicio.

Aunado a lo anterior se le suma a esta empresa, la presencia de una debilidad en el **Área Financiera**, ya que no cuenta con capital financiero suficiente para inversión y puesta en marcha del plan de negocios, por lo cual deberá implementar acciones conducentes a subsanar esta falencia.

Respecto al análisis del **Área Administrativa**, cuenta con una Administración competente y comprometida con el éxito de la organización; posee una imagen corporativa, tiene definida una visión, misión y objetivos corporativos que transmite y empodera a todos los colaboradores.

En el **Área de Producción**, se describe un Proceso Productivo organizado, el cual posee medidas de control para el flujo de producción. (Desde la recepción de materias primas hasta la entrega de los productos terminados). La Harina a base de Plátano contarán con los certificados (Cámara de Comercio, Sanitario, Registro Invima, etc.) pertinentes y establecidos por las normas de calidad, el procesamiento de los productos se realiza de manera natural, se cuenta con gran parte de la infraestructura para desarrollar los procesos. Aunadamente a esto se hace necesario la consolidación de una infraestructura óptima y la adquisición de maquinarias adecuadas, tecnológicas que permitan la competitividad de la empresa mediante la innovación de sus productos.

Otro aspecto que vale la pena destacar, es que la empresa maneja varios proveedores a la vez, que le permitan dar respuestas al mercado en caso de existir una demanda superior o lo norma de los productos que ofrece. De igual

manera los productos ofrecidos por la empresa poseen precios justos y para fijarlos se tiene en cuenta los costos de producción y los precios de la competencia.

En el **Área de Talento Humano**, La empresa cuenta con un departamento de recursos humanos el cual se encarga de incorporar, orientar y capacitar al personal idóneo. Los empleados estarán inscriptos a una Aseguradora de Riesgos Laborales, lo cual es de vital importancia en aras de que se dé seguridad laboral a los colaboradores de la empresa, ya que estos son el recurso más importante, y como tal se ha concebido en toda organización; debido a que es considerado como la base fundamental para el logro de los objetivos y metas que se quieren alcanzar.

En últimas es misión de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, tratar de convertir las debilidades que posee en fortalezas, lo cual se logra con un pensamiento estratégico.

2.1.2 Análisis competitivo de capacidades externas:

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE): Es una matriz de suministros de datos, en su elaboración se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

- Identificar las oportunidades y amenazas
- Selecciona los factores claves críticas 8 variables; económicas, sociales, políticas, tecnológicas, geográficas)
- Ponderar cada factor clave de la lista, según su importancia relativa, con relación al éxito o fracaso en el sector que se desenvuelve. Los valores van desde 0,0 (sin importar) a 1,0

Matriz **MEFE** para la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**. La escala de valores:

- Oportunidad Mayor = 4
- Oportunidad Menor = 3
- Amenaza Menor = 2
- Amenaza Mayor = 1

Posteriormente multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación para establecer un resultado ponderado para cada variable. Luego sumar los resultados ponderados para cada variable con el objeto de establecer el resultado total ponderado de la organización entera.

Cuadro 2. Matriz MEFE para harinas del pacifico

Aplicación de la Matriz de Evaluación de factores Externos (MEFE)			
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO/	CALIFICACION	TOTAL
	PON		PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Crecimiento constante de consumo de productos de Harina.	0.09	4	0.36
Clientes potenciales dispuestos a consumir Harina a base de Platano.	0.09	4	0.36
Alta demanda de productos del sector agro por su valor nutricional.	0.09	4	0.36
Facilidad para acceder a créditos financieros.	0.06	3	0.18
Pocas empresas competidoras en Harina a base de Platano en Tumaco.	0.07	4	0.28
La incidencia de la tecnología para el óptimo funcionamiento en los procesos productivos	0.06	4	0.24
Existencia de entidades de apoyo gubernamentales para el desarrollo de las microempresas, etc.	0.07	3	0.21
Estilos de vidas extenuantes	0.05	3	0.15
Alto número de veredas aledañas al municipio de Tumaco.	0.08	4	0.32
AMENAZAS			
Alta competencia de productos de Harina.	0.05	2	0.10
Crisis económica en Colombia	0.05	1	0.05
Fuerte inclinación de preferencia por otras marcas por parte de los potenciales clientes	0.05	2	0.10
La inflación aumenta los costos de producción y por ende los precios	0.04	1	0.04
El ingreso de empresas extranjeras al mercado	0.05	2	0.10
Cambios climáticos en la región de recolección de la materia prima	0.06	1	0.06
Productos sustitutos	0.04	2	0.08
TOTAL	1		2.99

Fuente: la presente investigación.

Interpretación, análisis y evaluación de capacidades externas. De acuerdo a los datos suministrados por la matriz de evaluación de Factores Externos (MEFE), el resultado total ponderado obtenido fue de 2.99, lo que indica y describe a la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” a constituirse mediante el plan de negocios

con una posición externa atractiva, de igual manera es importante precisar que la empresa presenta barreras, las cuales hacen que tenga dificultad para su pleno desarrollo, el cual es generado por las tendencias competitivas que ofrecen harinas a precios altos, incidentes en su inmediata adquisición, como lo es el caso de la marca (**COLOMBIHARINA, SOYA PLATANO, PLATANO ORIENTAL**, etc.), las cuales presentan una alta demanda en la ciudad donde pretende incursionar la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**", lo cual repercute en el nivel de participación que busca la empresa alcanzar.

El Crecimiento constante de la tasa de natalidad en la ciudad de Tumaco es de vital importancia para la empresa, la cual pretende incursionar al mercado mediante su marca "**HARINAS DEL PACIFICO**" podrá marcar la diferencia y ser competitiva en el sector de alimentos (a base de harinas), debido a que existen clientes potenciales dispuestos a adquirir y consumir el producto "**LA SABROSITA**" y por consiguiente es muy escasa la existencia de empresas competidoras en harinas fabricadas en el municipio.

La facilidad para acceder a créditos financieros es una gran oportunidad a la cual se debe acoger la empresa, lo cual se ve inmerso dentro del gran apoyo de entidades gubernamentales que tratan día a día de contribuir a la formación y desarrollo de microempresas, apoyo primordial para la empresa con el ánimo de solventarse económicamente y poder adquirir tecnología pertinente en mejora del proceso productivo con aras de generar competitividad.

El Municipio de San Andrés de Tumaco se ha caracterizado por tener una cultura de pancoger (siembra de productos agrícolas), por consiguiente es menester de la Empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**" aprovechar el alto número de veredas del municipio dedicadas a esta actividad en pro de obtener la suficiente materia prima para satisfacer la demanda potencial. En últimas es misión de la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**", tratar de aprovechar las oportunidades y generar planes de contingencia para poder contrarrestar las amenazas, lo cual se logra con un pensamiento estratégico.

2.1.3 Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas). Es una matriz de comparación de datos, se basa en la información de entrada, proveniente de las matrices anteriores, por consiguiente el cotejo o enfrentamiento de debilidades y fortalezas con amenazas y oportunidades externas, origina estrategias, alternativas factibles.

Mediante esta técnica se pueden formular 4 tipos de estrategias:

- Estrategias FO: se basan en el uso de fortalezas internas, con el propósito de aprovechar las oportunidades externas.
- Estrategias DO: sirve para erradicar o disminuir, las debilidades mediante el

uso de oportunidades externas.

- Estrategias FA: consiste en aprovechar las fortalezas de la empresa para erradicar y evitar el impacto de las amenazas externas.
- Estrategias DA: son estrategias cuyo propósito es potenciar las debilidades y evitar las amenazas externas.

Cuadro 3. Matriz DOFA

DOFA "HARINAS DEL PACIFICO"		
Aplicación de la matriz DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Se ha definido una metodología para hacer planeación financiera	D1. La empresa no cuenta con capital financiero suficiente para inversión.
	F2. La empresa cuenta con un departamento de recursos humanos el cual se encarga de incorporar, orientar y capacitar al personal idóneo.	D2. La empresa no cuenta con total de tecnología.
	F3. Los productos ofrecidos por la empresa poseen precios justos.	D3. La empresa no cuenta con infraestructura, maquinarias, etc., óptimas para su excelente funcionamiento.
	F4. La empresa cuenta con productos de calidad.	
	F5. La empresa puede reunir capital a corto plazo.	
	F6. El clima organizacional de la empresa está determinado por un gran nivel de empoderamiento.	
	F7. La empresa presenta una buena estructura organizacional.	
	F8. La empresa analiza las necesidades de los clientes.	
	F9. El proceso productivo es organizado y posee medidas de control para el flujo de producción. (desde las materias primas hasta le entrega de producto final)	
	F10. La empresa maneja varios proveedores a la vez que le permitan dar respuestas al mercado en	

	caso de existir una demanda superior a lo normal de los productos que ofrece.	
	F11. La empresa es competitiva, por la innovación de productos.	
	F12. Se tiene un plan de mercadeo (identificación de estrategias. Publicidad, actividades de merchandising para la ciudad.	
	F13. La empresa ha definido cuál es su mercado objetivo.	
	F14. La empresa cuenta con productos certificados ante las normas de calidad.	

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DA
O1. Crecimiento en el consumo de harinas.	Implementar estrategia de innovación de producto debido a la existencia de un crecimiento constante de la demanda de productos de harinas, por ende, la empresa "HARINAS DEL PACIFICO" debe mantener un óptimo proceso productivo generando producto de innovación certificado con las normas de calidad. O1, F11, F4, F9, F14.	
O2. Clientes potenciales dispuestos a consumir Harina a base de Plátano.	Aprovechar la existencia de clientes potenciales dispuestos a consumir productos a base de harinas "LA SABROSITA" , atrayéndolos mediante un buen plan de mercadeo global. O2, F4, F12	
O3. Gran demanda de productos del sector agrícola por su valor nutricional.	Aprovechar la existencia de múltiples proveedores de materias primas para que los cambios climáticos no sean contraproducentes en la obtención de este recurso y en el excelente proceso en la harina de plátano "LA SABROSITA" , el cual es guiado por personal idóneo, generador de productos de calidad. A6, F10, F2, F9, F4	
O4. Facilidad para acceder a créditos financieros	Aprovechar la oportunidad de acceso que brindan las entidades financieras, tendiente a generar recursos económicos para incrementar y/o mantener el proceso productivo. O4, F9, F5.	
O5. Pocas empresas competidoras en harinas de plátano en la ciudad.	Diseñar estrategias de mercadeo que permitan incursionar y posicionar los productos de la empresa con excelente calidad y precios justos en el mercado. O5, F11, F3, F14.	

O6. La incidencia de la tecnología para el óptimo funcionamiento en los procesos productivos.	Unificar el buen proceso productivo que cuenta la empresa con tecnología adecuada para generar productos de mayor competitividad. O6, F9.	Adquirir tecnología avanzada que permitan lograr el óptimo rendimiento de los procesos Productivos de la empresa. O6, D2, D3.
O7. Existencia de entidades de apoyo gubernamentales para el desarrollo de las microempresas, etc.	Aprovechar la existencia de entidades gubernamentales en aras de mantener y/o mejorar la estructura organizacional de la empresa. O7, F7, F1.	
O8. Alto número de veredas aledañas al municipio de Tumaco dedicadas a la siembra y venta de plátano.	Aprovechar la existencia de lugares dedicados a la venta de plátanos para aumentar la producción de la harina de Plátano “ LA SABROSITA ” que permitan ampliar mercados. O9, F10.	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Alta competencia de Productos hechos a base de harina de plátano y similares.	Destacar la innovación en el municipio en la creación de harina de plátano “ LA SABROSITA ” a través del plan de mercadeo global en aras de lograr participación en el mercado a incursionar siendo competitivos. A1, F11, F12, F3, F4.	
A2. Crisis económica en Colombia.	Mantener el enfoque de la planeación financiera la cual permite la identificación de líneas de crédito, entidades bancarias e inversionistas, para adquirir capital en tiempo corto tendiente a solventar económicamente la empresa, y por ende generar empleos a través de la implementación de la propuesta para realizar un aporte a la crisis económica en el país. A2, F1, F5.	Manejar líneas de créditos Bancarias, para inyectar capital requerido para el funcionamiento y ampliación de la empresa, de igual manera manejar créditos con los proveedores para el suministro de insumos y materias primas requeridos en la elaboración del producto. A2, D1.
A3. Inclinación de preferencia por otras marcas por parte de los potenciales clientes.	Es preciso y estratégico implementar en el plan de mercadeo, el plan promocional conducente a generación de top of mine que permita lograr una participación de la empresa en un tiempo proyectado, De igual manera atraer clientes de la competencia ofreciéndoles productos de excelente calidad y a buenos precios A3, F12, F13.	

<p>A4. La inflación (aumentan los costos de producción y por ende los precios de los del producto final).</p>	<p>Aprovechar el óptimo proceso productivo de la Harina a base de plátano “LA SABROSITA”, generado por bajos costos y precios justos, en aras de disminuir el gran impacto económico que representa en un momento dado la inflación. A4, F3, F9.</p>	
<p>A5. El ingreso de empresas extranjeras al mercado nacional de Harinas.</p>	<p>Aprovechar que “HARINAS DEL PACIFICO” cuenta con un producto de alta calidad y hechos en la región, con el cual puede también satisfacer a los clientes, con buen servicio y a precios bajos. A5, F13, F8, F11,</p>	<p>Implementar estrategia de outsourcing que permita erradicar la debilidad que posee la empresa en cuanto a una incompleta competencia tecnológica, lo cual permita esquivar la amenaza del ingreso de empresas extranjeras que utilizan tecnología de vanguardia. A5, D2.</p>
<p>A6. Cambios climáticos en las zonas de recolección de la materia prima.</p>	<p>Aprovechar la existencia de múltiples proveedores de materias primas para que los cambios climáticos no sean contraproducentes en la obtención de este recurso y en el excelente proceso productivo de la harina de plátano “LA SABROSITA”, el cual es guiado por personal idóneo, generador de productos de calidad. A6,F10,F2,F4</p>	<p>A6. Cambios climáticos en las zonas de recolección de la materia prima.</p>
<p>A7. Variedad de productos Sustitutos.</p>	<p>Desarrollar el plan de mercadeo global estructurado por la empresa en aras de implementar estrategias conducentes a generación de lealtad y aceptación de la harina de plátano “LA SABROSITA” en los mercados objetivos con el fin de disminuir el impacto de los productos sustitutos. A7, F12, F11.</p>	

Fuente: la presente investigación

2.1.4 Matriz de perfil competitivo. Esta matriz permite identificar plenamente a los competidores de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” a través de determinados aspectos o factores internos, que bien pueden constituir fortalezas o debilidades. Tiene como objetivo valorar el comportamiento de la competencia frente a la empresa y a la inversa.

Procedimiento:

- Se obtiene información de las empresas competidoras que serán incluidas en “Matriz de Perfil Competitivo”.

- Se enlistan los aspectos o factores a considerarse, que bien pueden ser elementos fuertes o débiles según sea el caso de cada empresa u organización analizada.
- Se le asigna un peso a cada uno de estos factores.
- A cada una de las organizaciones enlistadas en la tabla se le asigna una calificación, y los valores de las calificaciones son las siguientes:
- Debilidad Mayor = 1
 Debilidad Menor = 2
 Fortaleza Menor = 3
 Fortaleza Mayor = 4
- Se multiplica el peso de la segunda columna por cada una de las calificaciones de las organizaciones o empresas competidoras, obteniendo el peso ponderado correspondiente.
- Se suman los totales de la columna del peso (debe ser de 1.00) y de las columnas de los pesos ponderados.

A continuación se presentan las empresas más significativas existentes en el mercado a incursionar. Las cuales son consideradas competencias directas para la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, ya que se encuentran debutando en el mercado al cual pretende incursionar la empresa.

Cuadro 4. Aplicación de la matriz de perfil competitivo “harinas del pacifico” Tumaco

Factores Claves de Evaluación	Peso/ PON	HARINAS DEL PACIFICO		COLOMBIHARINA		SOYAPLATANO		PLATANO ORIENTAL	
		Calificar	Calific Pon	Calific	Calific pon	Calific	Calific pon	Calific	Calific Pon
Competitividad en precios	0.11	4	0.44	4	0.44	4	0.44	4	0.44
Participación en el mercado	0.10	1	0.10	4	0.40	3	0.33	3	0.30
Buena aceptación del producto	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40	3	0.30
Líneas de producto	0.08	3	0.24	4	0.32	4	0.32	3	0.24
Empaque y diseño	0.06	4	0.24	4	0.24	3	0.18	3	0.18
Tecnología	0.08	3	0.24	4	0.32	4	0.32	3	0.24
Canales de distribución	0.06	3	0.18	4	0.24	4	0.24	4	0.24
Calidad de producto	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40	3	0.30
Desarrollo de nuevos productos	0.06	3	0.18	4	0.24	4	0.24	4	0.24
Publicidad y promoción	0.11	4	0.44	3	0.33	3	0.33	3	0.33
Capacidad de producción	0.06	3	0.18	4	0.24	4	0.24	4	0.24
Sabor del producto	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24
TOTAL	1		3.36		3.89		3.73		3.29

Fuente: La presente investigación

Sigla	Ítems
Calific	CALIFICACION
Calific. Pon.	CALIFICACION PONDERADA
H.D.P	HARINAS DEL PACIFICO
S.P	SOYA PLATANO
C.H	COLOMBIHARINA
P.O	PLATANO ORIENTAL

Interpretación y análisis de la matriz de perfil competitivo: De acuerdo a los resultados arrojados por la Matriz de Perfil Competitivo, a continuación se detalla la interpretación y análisis, teniendo en cuenta las empresas más significativas y debutantes en los mercados a incursionar la empresa “**HARINAS DEL**

PACIFICO". En el Municipio de San Andrés de Tumaco, la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**" obtuvo un valor ponderado de **3.36**, ocupando el tercer (3) lugar, referente a las cuatro empresas analizadas, el primer lugar lo obtuvo la empresa **PAMPA LTD (COLOMBIHARINA)** con un valor ponderado de **3.89**, el segundo lugar lo obtuvo la empresa **TONING S.A (SOYAPLATANO)** con un valor ponderado de **3.73**, etc.

Finalmente se puede vislumbrar el gran auge que tienen las empresas; **PAMPA LTD (COLOMBIHARINA)** y **TONING S.A (SOYAPLATANO)**, etc., lo anterior se debe a su gran trayectoria en el país. Estas empresas se han caracterizado por ser competitivas a nivel nacional y en otros países, por la calidad de sus productos, excelente precios, etc. La empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**" se inicia en un mercado competitivo, pero con un producto de gran innovación, aunado a esto se resalta el gran amor y compromiso de la empresa con el Municipio de Tumaco, por generar valor agregado a un producto agrícola como este y además teniendo en cuenta la gran aceptación en el mercado a incursionar.

2.1.5 Matriz de posición estratégica y evaluación de acción (PEYEA): Esta matriz, permite definir si una estrategia activa (agresiva), conservadora, defensiva o competitiva es la más adecuada para la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**". Los ejes de la matriz representan dos dimensiones internas (fuerza financiera y ventaja competitiva) y dos dimensiones externas (fuerza de la industria y estabilidad del ambiente).

- Posteriormente se seleccionan variables para cada una de las dimensiones, se les adjudica una calificación con un valor numérico;
- Donde el valor numérico de **+1** es el peor a **+6** el mejor para la Fuerza financiera y la Fuerza de la Industria.
- Posteriormente, se asigna un valor numérico de **-1** es el mejor a **-6** el peor a cada una de las variables de Ventaja Competitiva y Estabilidad Ambiental.
- Luego se calcula la calificación promedio de cada una de las variables a tener en cuenta.
- Enseguida se anota las calificaciones promedio de las diferentes variables en cada uno de los ejes del plano cartesiano.
- Se suman las dos calificaciones del eje X para obtener una primera coordenada, y se repite para el eje de las Y.
- Finalmente se traza un vector teniendo en cuenta los promedios generales desde el origen hasta al punto encontrado, para ubicar en un cuadrante el perfil

que la empresa debiera buscar para orientar su estrategia,

En últimas esta matriz permite determinar la Posición estratégica de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”.

Cuadro 5. Matriz de posición estratégica y evaluación de acción (PEYEA).

POSICION ESTRATEGICA INTERNA		POSICION ESTRATEGICA EXTERNA	
FORTALEZA FINANCIERA (FF)	CALIF.	ESTABILIDAD DEL MEDIO EXTERNO (EME)	CALIFI.
Liquidez	3	Cambios tecnológicos	-3
nivel de endeudamiento	5	Tasa de inflación	-4
tasa de retorno de la inversión	4	Cambios en los hábitos de consumo	-2
Capital de trabajo	5	Alta participación de la competencia	-2
flujo de caja	4	Escala de precios de productos competidores	-3
facilidad para salir del mercado	4	Barreras para entrar al mercado	-5
Riesgos implícitos del negocio	3	Cambios climáticos en las zonas de recolección de la materia prima.	-5
PROMEDIO	28	PROMEDIO	-24
VENTAJA COMPETITIVA (VC)	CALIFI.	FORTALEZA DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA (FAC)	CALIF.
Participación en el mercado	-5	Potencial de crecimiento	5
Calidad del producto	-1	Estabilidad financiera	3
Conocimientos tecnológicos	-2	Conocimientos tecnológicos	5
Competitividad en precios	-2	Aprovechamiento de recursos	5
Promoción del producto	-1	Aprovechamiento de la capacidad productiva	5
Satisfacción cliente	-2	Facilidad de entrada al mercado	5
Control sobre proveedores	-2	Potencial de utilidades	4
PROMEDIO	-15	PROMEDIO	32

Fuente: La presente investigación

El promedio de FF es = 4.0

El promedio de FAC es = 4.57

El promedio de VC es = -2.14

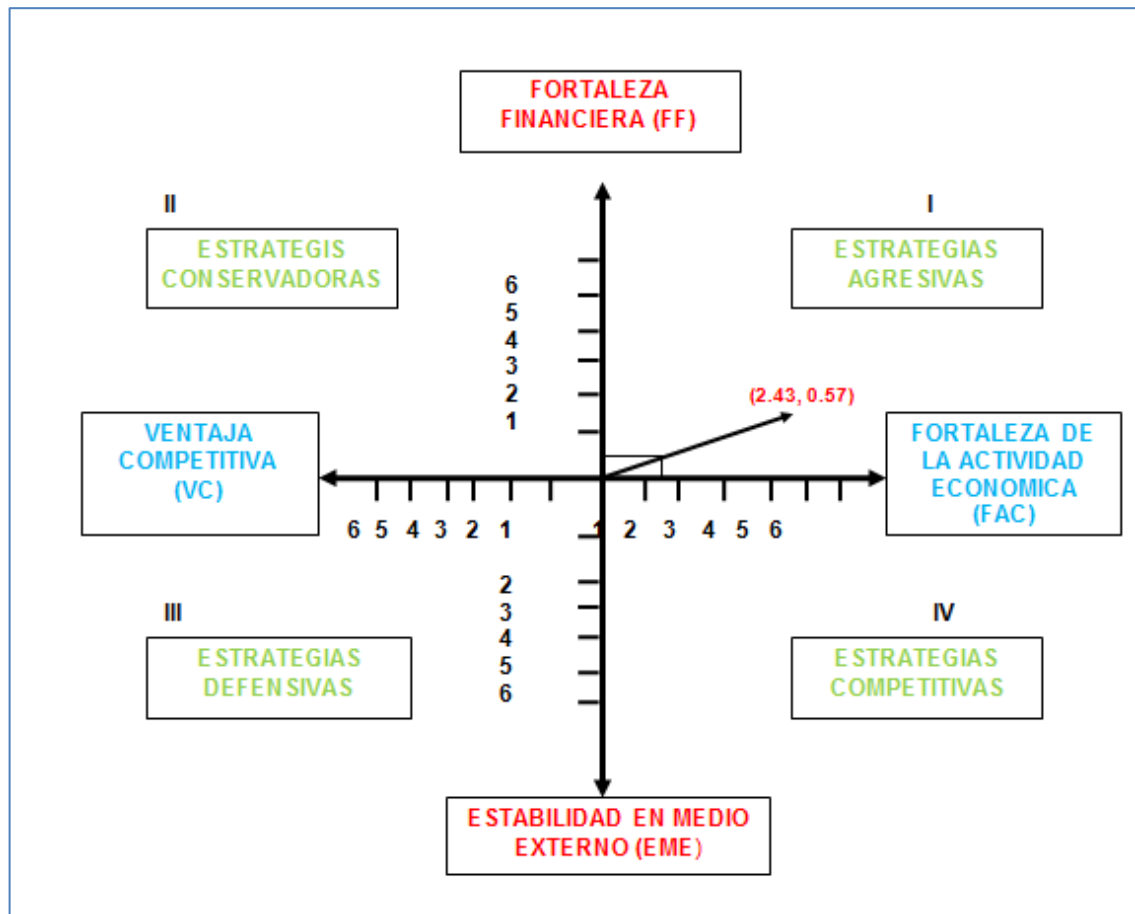
El promedio de EME es = -3.43

$$X = VC + FAC = -2.14 + (+4.57) = 2.43$$

$$Y = FF + EME = 4.0 + (-3.43) = 0,57$$

HARINAS DEL PACIFICO, debe seguir la estrategia de tipo agresivo.

Grafico 1. Matriz PEYEA



Fuente: La presente investigacion

Interpretación, análisis y evaluación de la (PEYEA): La Grafica No. 1, Demuestra que la fuerza de la industria (fortaleza de la actividad económica) es el factor dominante en la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” y su fuerza financiera también.

Por consiguiente se puede observar que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” se encuentra en el cuadrante agresivo, lo que indica que la empresa debe optar por estrategias de este tipo, que permitan crecimiento para mercados actuales, entre ellas se puede mencionar penetración en el mercado e integración vertical

por mencionar algunas.

2.1.6 Matriz del grupo consultivo de Boston (MBCG). “Esta matriz es particularmente útil, cuando las carteras de negocios compiten en diferentes industrias. Se basa en 2 variables para ubicar cada negocio; la posición de la participación relativa del mercado en la industria y la tasa de crecimiento de la industria”²⁶.

La matriz del Grupo Consultivo de Boston, se divide en cuatro (4) cuadrantes:

- **Cuadrante 1. Producto Interrogantes:** Son productos que tienen una baja participación en mercados con tasas altas de crecimiento. Por lo general se trata de productos nuevos que requieren gran cantidad de recursos para mantener su participación. Se les llama así porque la organización debe decidir si los refuerza mediante una estrategia intensiva de mercado, desarrollo de mercado o desarrollo de productos o si los vende.

Como su nombre lo indica, son interrogantes o dilemas por cuanto pueden llegar a Cualquier destino: éxito o fracaso. En estos casos debe tomarse una decisión, invertir para que el producto crezca o hacerlo retirar. De lo contrario el producto con el tiempo pasará a ser perro.

- **Cuadrante 2. Producto Estrellas:** Se trata de unidades estratégicas de negocios de gran crecimiento y alta participación. Son productos que requieren gran atención porque debe financiarse el alto ritmo de crecimiento que tienen. Con el tiempo su crecimiento se irá reduciendo y se convertirá en vacas generadoras de mayores efectivos.
- **Cuadrante 3. Producto Vaca lechera:** Son unidades estratégicas de negocios que tienen una posición privilegiada por su participación (productos líderes) en un mercado de bajo crecimiento. Los requerimientos de fondos seguramente serán bajos, así como la generación de recursos es alta. Son los negocios de hoy que dan la rentabilidad del presente y permiten financiar los productos con signos de interrogación. La mayoría de estos productos o negocios corren el riesgo de pasar a la etapa "perro" si no se actúa debidamente.
- **Cuadrante 4. Producto Perros:** Estos negocios tienen una baja participación relativa, en un mercado de bajo crecimiento. Su rentabilidad es muy baja aunque los fondos requeridos para su mantenimiento también son muy bajos.

²⁶ EL MARKETING EN LA EDUCACIÓN PÚBLICA, BASE. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/marketing.htm>

La matriz del Grupo Consultivo de Boston (MBCG), permitirá determinar el nivel de participación de la Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**” en el mercado y su crecimiento.

Cuadro 6. Matriz BCG

Participación/ Crecimiento	Bajo	Alto
Alto	Interrogante	Estrella
Bajo	Perro	Vaca

Fuente: La presente investigación

Interpretación, análisis y evaluación de la matriz del grupo consultivo de Boston (MBCG): La Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”, de la empresa “**HARINA DE PLATANO**”, se enmarca dentro del cuadrante interrogante, puesto que cuentan con una baja participación en el mercado, debido a que es una empresa pionera en el sector de los alimentos (Harinas), sin embargo, sus posibilidades de crecer son bastantes importantes, ya que existen clientes potenciales dispuestos a adquirirla, y por consiguiente el mercado de las harinas para diversas preparaciones sigue en crecimiento, en base a lo anterior, se requiere, realizar una importante inversión en publicidad para el producto, e inyectar capital para incrementar la participación de la harina a base de plátano, de la empresa dentro del mercado.

Las matrices anteriormente relacionadas, permiten determinar mediante un estudio de competitividad un ambiente interno y externo muy favorable para la empresa a constituirse en el plan de negocios.

2.1.7 Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica (MCPE): “Para formular las estrategias de forma objetiva y señalar la indicada, se recurre a la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE), realizando el siguiente procedimiento”²⁷:

²⁷ DAVID, Fred. Conceptos de Administración estratégica, Bogotá: Pearson, 2003.

- Se realiza una lista de las oportunidades / amenazas externas y las fortalezas / debilidades internas clave de la empresa en la columna izquierda de la MPCE.
- En consenso se Adjudica pesos a cada uno de los factores críticos para el éxito, interno y externos.
- Se estudió las matrices y después se identifica las estrategias alternativas cuya aplicación debería considerar la organización.
- Se determina las calificaciones del atractivo (CA). Dónde: 1=no es atractiva; 2= algo atractiva; 3= bastante atractiva y 4 =muy atractiva. Si la respuesta a la pregunta anterior es NO indica que el factor crítico para el éxito no tiene repercusiones para la elección correcta, que se está considerando.
- Se Calcula las calificaciones del atractivo total.
- Se Calcula el total de la suma de calificaciones del atractivo.

Considerando lo anterior se determinaron las siguientes estrategias alternativas:

Estrategia 1 Penetración en el mercado

Estrategia 2 Desarrollo del producto

Estrategia 3 Desarrollo del mercado

Cuadro 7. Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica.

Factores críticos para el Éxito	Peso	EST.1		EST.2		EST.3	
		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
FORTALEZAS							
Se ha definido una metodología para hacer planeación financiera.	0.03	0	0	3	0.09	0	0
La empresa cuenta con un departamento de recursos humanos el cual se encarga de incorporar, orientar y capacitar al personal	0.04	2	0.08	3	0.12	3	0.12
Los productos ofrecidos por la empresa poseen precios justos.	0.03	4	0.12	3	0.09	3	0.09
La empresa cuenta con un producto de calidad.	0.04	4	0.16	4	0.16	4	0.16
La empresa puede reunir capital a corto plazo	0.05	2	0.10	1	0.05	0	0
El clima organizacional de la empresa está determinado por un gran empoderamiento.	0.05	3	0.15	2	0.10	1	0.05
La empresa presenta una buena estructura organizacional.	0.06	2	0.12	0	0	2	0.12
La empresa analiza las necesidades de los clientes.	0.06	4	0.24	3	0.18	1	0.06
El proceso productivo es organizado y posee medidas de control para el flujo de producción. (Desde la recepción de materias primas hasta la entrega de los productos terminados).	0.08	0	0	0	0	0	0
La empresa maneja varios proveedores a la vez que le permitirán dar respuesta al mercado en caso de existir una demanda superior a lo normal de los productos que ofrece.	0.07	3	0.21	3	0.21	2	0.14
La empresa es competitiva, por la innovación de	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27

productos.							
Se tiene un plan de mercadeo, con estrategia, publicidad, actividades de mercadeo para la ciudad.	0.1	3	0.30	2	0.20	1	0.10
La empresa ha definido cuál es su mercado objetivo.	0.1	4	0.40	3	0.30	2	0.20
La empresa cuenta con productos certificado ante normas de calidad.	0.04	2	0.08	2	0.08	0	0
DEBILIDADES							
La empresa no cuenta con capital financiero suficiente para inversión.	0.05	2	0.10	2	0.10	2	0.10
La empresa no cuenta con tecnología.	0.04	2	0.08	2	0.08	2	0.08
La empresa no cuenta con infraestructura y maquinarias óptimas para su excelente funcionamiento.	0.05	2	0.10	1	0.05	1	0.05
OPORTUNIDADES							
Crecimiento constante de consumo de productos de Harina.	0.09	3	0.27	2	0.18	1	0.09
Clientes potenciales dispuestos a consumir Harina a base de Platano.	0.09	4	0.36	3	0.27	2	0.18
Alta demanda de productos del sector agro por su valor nutricional.	0.09	3	0.27	2	0.18	0	0
Facilidad para acceder a créditos financieros.	0.06	3	0.18	2	0.12	2	0.12
Pocas empresas competidoras en Harina a base de Platano.	0.07	4	0.28	3	0.21	2	0.14
La incidencia de la tecnología para el óptimo funcionamiento en los procesos productivos	0.06	3	0.18	3	0.18	2	0.12
Existencia de entidades de apoyo gubernamentales para el desarrollo de las microempresas, etc.	0.07	0	0	0	0	0	0
Estilos de vidas extenuantes	0.05	0	0	0	0	0	0
Alto número de veredas aledañas al municipio de Tumaco.	0.08	3	0.24	2	0.16	1	0.08
AMENAZAS							
Alta competencia de productos de Harina.	0.05	2	0.10	1	0.05	0	0
Crisis económica en Colombia	0.05	0	0	0	0	0	0
Fuerte inclinación de preferencia por otras marcas por parte de los potenciales clientes	0.05	2	0.10	0	0	0	0
La inflación aumenta los costos de producción y por ende los precios	0.04	2	0.08	1	0.04	0	0
El ingreso de empresas extranjeras al mercado	0.05	2	0.10	2	0.10	2	0.10
Cambios climáticos en la región de recolección de la materia prima	0.06	0	0	0	0	0	0
TOTAL			4.49		3.57		2.37

Fuente: La presente investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la matriz MCPE, la empresa **HARINAS DEL PACIFICO** debe orientar su atención inicialmente a realizar mayores esfuerzos de mercadeo para penetrar en el mercado y al desarrollo de productos, porque son estas estrategias las que poseen una mayor probabilidad de éxito de acuerdo a las variables de la MEFE y MEFI analizadas en esta matriz, mientras que el desarrollo del mercado tiene una probabilidad muy baja y su ejecución implicaría más riesgos para la empresa al momento de incursionar en el mercado.

2.2 ESTUDIO DE MERCADO; EN SAN ANDRES DE TUMACO

2.2.1 Identificación del producto y/o servicio.

Figura 1. Harina a base de Plátano “LA SABROSITA”



Fuente: La presente investigación

La Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**” es un producto innovador, que firmemente podría competir con los que ya están en el mercado, pero que provienen de otras regiones del país. Por ende el proyecto tiene como propósito el Procesamiento y Comercialización de Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**” que es un bien de consumo alimenticio, de alto valor nutritivo listo para consumir, de alta calidad que implica un gran aprovechamiento de los recursos de la región, más un alto grado de nutrición para los consumidores.

El diseño del empaque que contiene la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**” será de tipo plástico y cartón, con capacidad de 500gr, 250gr, 100gr que puede ser consumido en diferentes formas, Colada, avenas, Tortillas entre otras. Esta presentación es la de mayor aceptación por parte de los clientes potenciales del producto (ver Gráfico No.12).

A. Características

Harina a base de plátano “**LA SABROSITA**”, es un producto elaborado con ingredientes naturales como son plátanos hartones o dominicos; (musa paradisiaca) cocidos o deshidratados que se presentan en bolsas plásticas

adaptadas para la conservación del producto.

Normalmente el comprador son las mujeres con hijos, las decisión de compra en las familias es tomada por ella, quien realiza las compras mensuales, existen otros casos de personas independientes que viven solos, ellos deciden que marca prefieren y se constituyen en clientes compradores y consumidores finales.

B. Usos del Producto y Necesidades que satisface

La Harina a base de Plátano es un producto 100% natural, elaborado a base de plátano orgánico. Es un polvo de color blanco parduzco, de fácil digestión y susceptible a la humedad. Tiene fácil cocción (90 grados centígrados en 8 minutos). Y se puede consumir en coladas, sopas y tortillas que de cualquier forma son alimenticias.

La Harina a base de Plátano es uno de los alimentos más equilibrados ya que contiene todos los grupos de vitaminas y nutrientes. Es muy rica en hidratos de carbono y sales minerales, como: calcio orgánico, potasio, fosforo, hierro, cobre, flúor, yodo y magnesio.

También posee muchas vitaminas, como la vitamina A, del complejo B, como la tiamina, riboflamina, pirodoxina y ciancobalamina y su gran riqueza en vitamina C, combinada con la del fosforó, resulta ideal para el fortalecimiento de la mente. Es decir es remineralizarte y energético.

2.2.2 Segmentación de mercados. El segmento de las harinas de plátano, está conformado por los estratos 1,2 y 3 del municipio de Tumaco independientemente de su cultura, religión, estilo de vida, entre otros.

Cabe aclarar que es criterio de los investigadores, el establecer que esta segmentación de personas por estratos, hace referencia a las personas que más consumen este tipo de producto.

Normalmente el comprador es el mismo consumidor, la decisión de compra en las familias normalmente es de la madre, quien realiza la remesa, existen otros casos de personas independientes que viven solos, ellos deciden que marca prefieren y se constituyen en clientes compradores y consumidores finales.

2.2.3 Análisis de la demanda. Para el análisis de la demanda se hace necesario inicialmente realizar la tabulación, organización e interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación de las 383 encuestas en la ciudad a incursionar; (San Andrés de Tumaco).

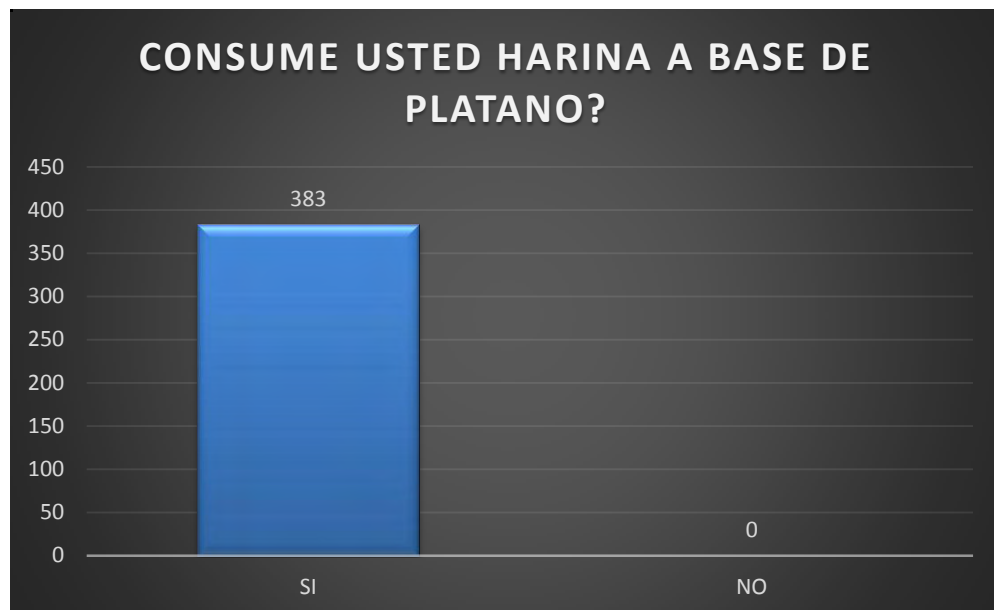
Investigación de mercados: El objetivo de una investigación de mercado permite determinar la cantidad de bienes y/o servicios factibles de ofrecer por una unidad productora, que en cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades.

Por consiguiente y con el ánimo de levantar la información correspondiente al mercado de las Harinas a base de Plátano en el municipio de Tumaco, se implementó una encuesta que consta de 10 preguntas, las cuales arrojaron el siguiente resultado: (Ver Anexo G).

Primera pregunta:

Gráfico 2. ¿Consume usted harina a base de plátano?

1.1 Si___ 1.2 No___ ¿Por qué?_____



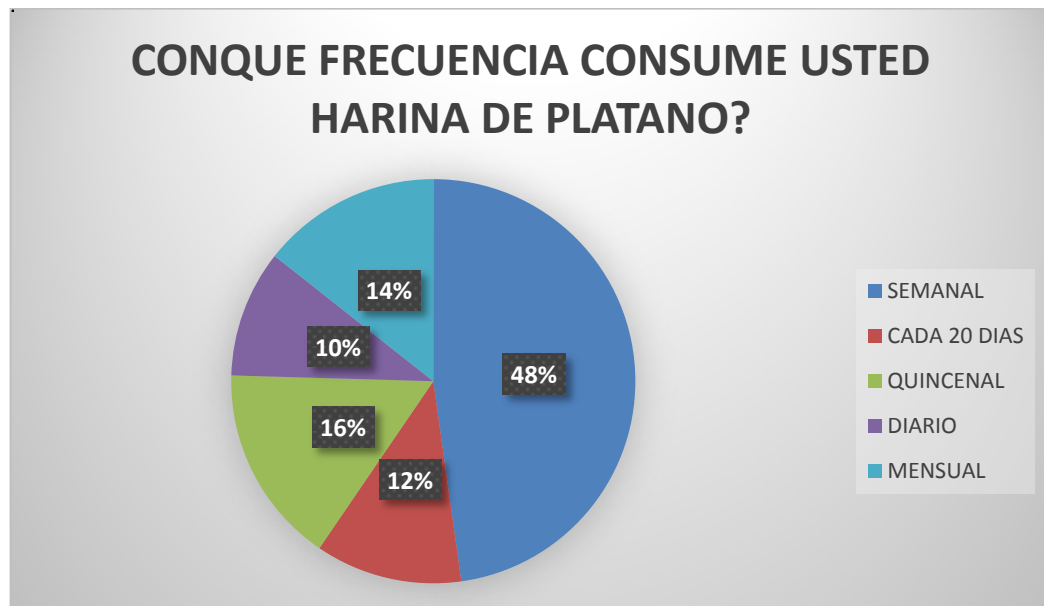
Fuente: La presente investigación

Interpretación: El consumo de harina de plátano es de gran aprobación en el municipio de, las 383 personas encuestadas, el 100% (383 personas) dijeron que si consumen harina de plátano. Lo anterior indica que el consumo de este producto tiene un alto grado de aceptación y de importancia al momento de pensar en la alimentación de los niños.

Segunda pregunta:

Gráfico 3. ¿Con que frecuencia consume harina de plátano?

2.1 Diario _____ 2.2 Semanal _____ 2.3 Quincenal _____ 2.4 Cada 20 días _____
2.5 Cada mes _____



Fuente: La presente investigación

Interpretación: De las 383 personas encuestadas que consumen harinas de plátano en el municipio de Tumaco, el 48% (183 personas), manifestaron que la frecuencia con la que consumen harina de plátano es semanal, el 10% (39 personas) expresaron que su consumo es diario, el 16% (61 personas) contestaron que su consumo de harina de plátano es quincenal, seguido con un 12% (45 personas) que dijeron que su consumo es de cada 20 días, quedando por ultimo con un 14% (55 personas) cuya frecuencia de consumo es de cada 30 días.

Tercera pregunta:

Gráfico 4. ¿Cuánto consume?

3.1Una bolsa_____ **3.2** Dos bolsa_____ **3.3** Tres bolsas_____ **3.4** Más de tres_____



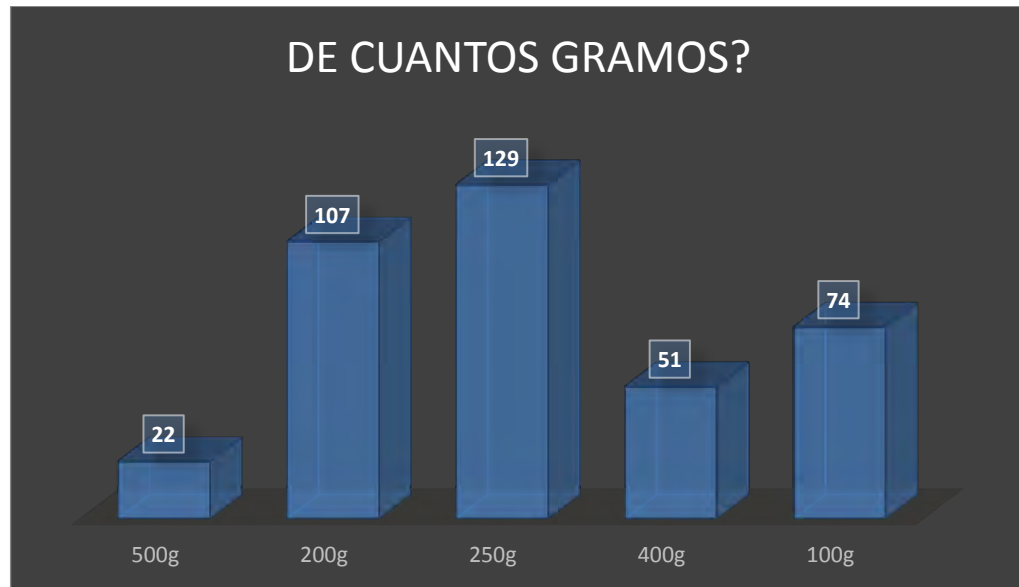
Fuente: La presente investigación

Interpretación: De las 383 encuestas realizadas en el municipio de Tumaco, el 81% equivalente a 310 personas manifestaron que su consumo es de una bolsa, y el 19% equivalente al 73 dijeron consumir 2 bolsas de harina de plátano

Cuarta pregunta:

Gráfico 5 ¿De cuántos gramos?

4.1 100grs__ 4.2 200grs____ 4.3 250grs____ 4.4 400grs____ 4.5 500grs____



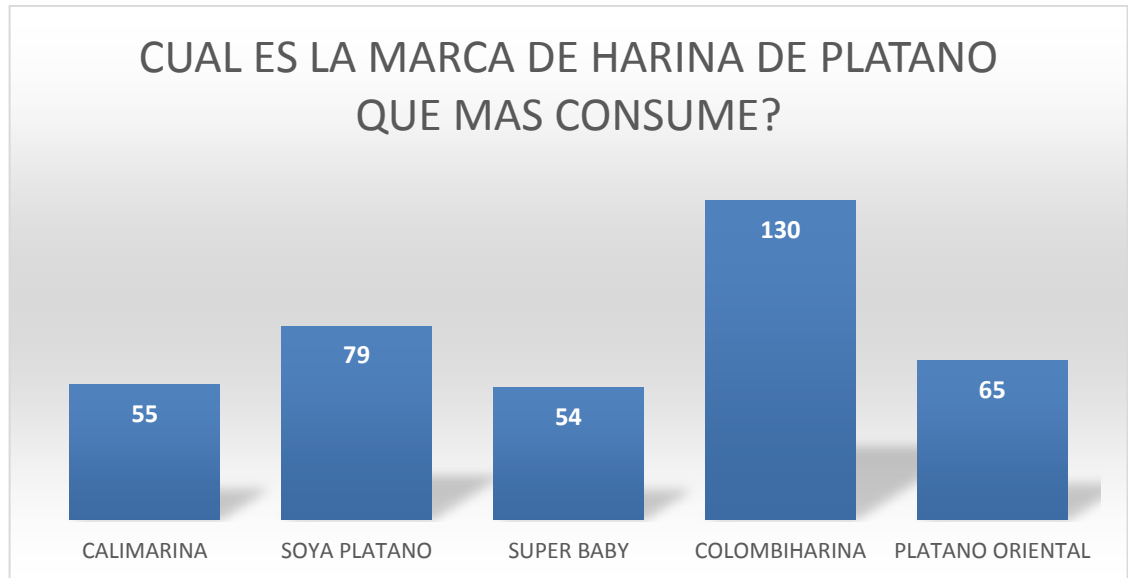
Fuente: La presente investigación

Interpretación: Del total de las 383 personas encuestadas que respondieron la pregunta de cuántos gramos, 129 personas respondieron que la presentación del producto que más consume es de 250 gramos, seguido de 107 personas que dijeron preferir la presentación de 200 gramos; además 74 personas consumen harina de plátano en bolsas de 100 gramos y 51 personas consumen bolsas de 400 gramos, por último 22 encuestados manifestaron su preferencia por la presentación de 500 gramos.

Quinta pregunta:

Gráfico 6 ¿Cuál es la marca de harina de plátano que más consume?

5.1 Soya plátano_____ 5.2 Colombiharina_____ 5.3 Plátano oriental_____ 5.4 Calimarina_____ 5.5 Súper baby_____



Fuente: La presente investigacion

Interpretación: De las 383 personas encuestadas en Tumaco, el (130) manifestaron que la marca de harina de plátano que más consume es Colombiharina, (79) dijeron consumir la marca Soya Platano, seguido de (65) quienes consumen la marca Platano Oriental, detrás (55); consumidores de la marca Calimarina, y finalmente (54); aparecen los que dijeron consumir harina de plátano de la marca Súper Baby.

Sexta pregunta:

Grafico 7 ¿Considera usted que el precio de la harina de plátano que se vende en Tumaco, está acorde a la calidad del producto?

6.1 Si_____

6.2 No_____

6.3 Porque_____



Fuente: La presente investigacion

Interpretación: Entre los 383 encuestados quienes consumen harina de plátano en el municipio de Tumaco el 100% respondió, que considera que el precio de la harina que compra está acorde con la calidad del producto, es significa que las personas se sienten satisfecha con la calidad de los productos, esto significa que al momento de producir se debe hacer con altos estándares de calidad para poder competir.

Séptima pregunta:

Gráfico 8 ¿Cuánto pagaría usted por la harina de plátano fabricada y comercializada en el municipio de Tumaco?

7.1 1500 Pesos o menos _____ 7.2 Entre 2.700 y 3000 _____ 7.3 Entre 3400 y 4500
7.4 Más de 5000 _____



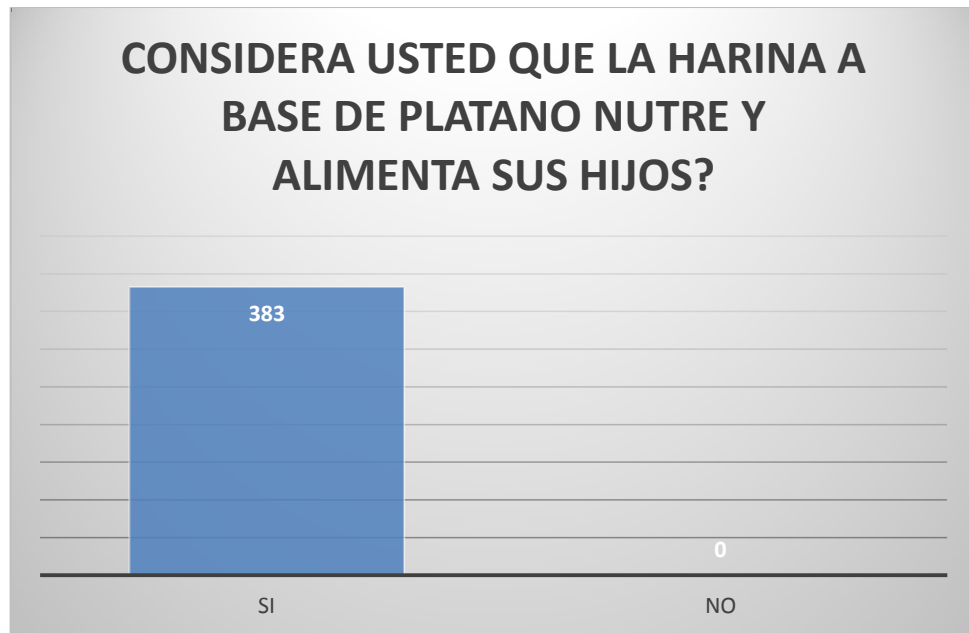
Fuente: La presente investigación

Interpretación: De acuerdo a la información recolectada de los 383 encuestados que consumen harina de plátano en el municipio de Tumaco, el 49% (188 personas) dijeron que pagarían entre 2.700 y 3.000 \$, mientras que el 45% (172 personas) pagarían entre 3.400 y 4.500 \$, además el 4% (15 personas) pagarían por el producto entre 1.500 \$ o menos, y finalmente están el 2% (8 personas) quienes pagarían más de 5.000\$.

Octava pregunta:

Gráfico 9 ¿Considera usted que la harina de plátano nutre y alimenta a sus hijos?

8.1 Si _____ 8.2 No _____



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Entre los 383 encuestados, al preguntarle que si considera que la harina de plátano nutre y alimenta a sus hijos, el 100% de los encuestados respondieron que sí.

Novena pregunta:

Gráfico 10. ¿Apoya usted la idea de crear una empresa productora y comercializadora de harina de plátano en el municipio de Tumaco?

9.1 Si_____ 9.2 No_____



Fuente: La presente investigación

Interpretación: De acuerdo con la información relacionada, de los 383 encuestados en Tumaco el 100% de ellos respondieron que estaban de acuerdo con apoyar la idea de crear una empresa productora y comercializadora de harina de plátano en el municipio de Tumaco.

Decima pregunta:

Gráfico 11. ¿Dónde compra la harina de plátano que consume sus hijos?

10.1 Vendedores ambulante____ **10.2** Tiendas especiales____ **10.3** Tiendas de barrio____ **10.4** Supermercados____ **10.5** Otros____



Fuente: La presente investigación

Interpretación: De acuerdo a los 383 encuestados que consumen este producto en el municipio de Tumaco, determinaron que el sitio de preferencia para comprar harina de plátano es el supermercado con un 67% (257 personas), porque es el lugar de mayor frecuencia en donde se adquieren estos productos, esto es importante para determinar qué tipo de distribución se aplicara, seguido a esto con el 25% (96 personas) dijeron adquirir este producto en tiendas de barrio, y finalmente el 8% (31 personas) compran en tiendas especializadas.

Cuadro 8. Estimación de la demanda efectiva o actual

FRECUENCIA	%		UNA BOLSA	DOS BOLSAS
SEMANAL	48	0,48	3.773	1.770
DIARIO	10	0,1	3.823	1.794
QUINCENAL	16	0,16	7.375	3.460
CADA 20 DIAS	12	0,12	2.187	1.026
CADA MES	14	0,14	3.702	1.737
			20.861	9.786
		MERCADO POTENCIAL	138.298	BOLSAS DE 250g = 553.194 Kg

Fuente: La presente investigación

% de cobertura = **30%** estará la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” disponible para cubrir (mercado).
 $553.194 \times 0,30 = \mathbf{165.958 \text{ Kg}}$

Una vez obtenido los resultados de la investigación de mercados realizada a los habitantes del municipio de Tumaco de los estratos 1,2 y 3 se realizó la metodología para obtener el consumo percapita pero las cifras obtenidas no son las correctas, por esa razón acudimos a información secundaria entrevistando a la directora encargada del ICBF Marina Tarapues donde logramos obtener un consumo percapita de **24 Kg²⁸**.

²⁸ Entrevista Directora encargada ICBF

A. Demanda potencial o futura. Estará determinada por los posibles clientes que en el futuro consumirán la Harina de Platano.

Cuadro 9. Demanda potencial o futura

DEMANDA POTENCIAL O FUTURA HARINAS DE PLATANO 2012 - 2017		
No.	AÑOS	D.P en Tumaco
0	2012	165.958
1	2013	171.065
2	2014	176.333
3	2015	181.764
4	2016	187.362
5	2017	193.132

Fuente: Estimación con base en la tasa de crecimiento DANE.

Para el cálculo de la demanda potencial de los años 2012- 2107 se realiza lo siguiente: para el año 2012 la demanda potencial es de 165.958 kg de Harina de Platano, cálculo que se obtiene a partir del procedimiento de la estimación de la demanda actual en Tumaco (2012). Para los años siguientes 2013 – 2017 el cálculo se realiza teniendo en cuenta la tasa de crecimiento de la población 3,08%, por ende para el año 2013 se realiza el siguiente cálculo:

Se multiplica la demanda potencial del año 2012 equivalente a $165.958 \times 3,08\% + 165.958 = 171.065$, y así sucesivamente para los siguientes años.

Es importante para el presente plan de negocios, este crecimiento anual que se detalla en el cuadro No. 9 donde el crecimiento de la demanda de Harinas de Plátano, es significativo en la ciudad, teniendo en cuenta la tasa de crecimiento de la población (Ver Cuadro No. 9).

B. Determinación de la tasa de crecimiento de la población:

Cuadro 10. DANE: Proyecciones de población municipal²⁹

DANE: PROYECCIONES DE POBLACION MUNICIPAL	
AÑOS	TUMACO
2007	179.005
2008	191.218
2009	195.419
2010	199.659
2011	203.971
2012	208.318
TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACION	3.08%

Fuente: Dane

Fórmula para Determinación de la Tasa de Crecimiento de la Población: A continuación se describe la fórmula para determinar la Tasa de Crecimiento de la Población, lo cual permite identificar el porcentaje de crecimiento de la población de la ciudad; **SAN ANDRES DE TUMACO**, teniendo en cuenta datos estadísticos de la población obtenidos en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (**DANE**), proyecciones censo 2007 al 2012.

$$\text{TASA DE CRECIMIENTO (r)} = \sqrt[n]{\frac{P_n}{P_o}} - 1$$

P_n= Población Actual

N = Número de Años (Periodos)

P_o= Población Anterior

R = Tasa de Crecimiento

A continuación se determina la Tasa de Crecimiento de la Población de San Andrés de Tumaco.

$$208318 / 179005 = 1.163755202$$

$$\text{Log } 1.163755202 = 0.065861635$$

$$0.065861635 / 5 = 0.013172327$$

$$\text{Antilogaritmo} = (1.030795056 - 1) * 100 = 3,08\% = \text{TASA DE CRECIMIENTO}$$

²⁹ DANE: Demografías/Proyecciones población. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.dane.gov.co

2.2.4 Análisis de la oferta:

Competencia (Pura, Monopolística, Oligopolio o Monopolio): La competencia de la Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”, se puede considerar como una competencia pura, primero porque existen diversidad de marcas que compiten en el mercado y segundo porque todas tienen una determinada participación en el mercado en el que se desempeñan, obviamente existen algunas marcas que por su calidad, precio y buen gusto han logrado abarcar gran parte del mercado.

Según la información suministrada en las encuestas y entrevistas realizadas, existen muchas marcas que luchan día a día por mantenerse y por ende aumentar su participación en el mercado, donde pretende incursionar la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” con la Harina a base de Platano, constituyéndose en 10³⁰ marcas aproximadamente, sin embargo las que se consideran más competitivas para la empresa son:

a. Colombiharina (PAMPA LTDA)³¹

La Colombiharina es una mezcla vegetal balanceada de soya y plátano, enriquecida con vitaminas A, B1, B2 y minerales como Hierro y Calcio. Es un alimento rico en proteínas, que puede ser usado para la preparación de diversidad de alimentos como coladas, teteros, tortas, galletas, espesante para sopas, croquetas, postres, entre otros, sus presentaciones incluyen gramajes de 500, 400, 200 y 30 gramos., sabores a fresa, vainilla, arequipe y natural, y además de la presentación tradicional que requiere cocción, también se desarrolló la presentación para preparación instantánea. El aminograma de la Colombiharina cumple en un 100% las recomendaciones de la F.A.O.

Cuadro 11. Ventajas competitivas:

Fuente de Proteínas	Grs. proteína en 100grs o 100c.c.	Bio disponibilidad	Grs. proteína asimilables
Colombiharina	21.5	100%	21.5
Carne	21	75%	15.75
Leche	3.3	80%	2.64
Huevo	12.5	85%	10.62

Fuente: La presente investigación

³⁰ ENTREVISTAS realizadas a diferentes Supermercados en la ciudad de Tumaco.

³¹ COLOMBIHARINA. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.pampaltda.com.co/colombiharina.php>

Investigación y desarrollo. A diferencia de casi todos los alimentos funcionales presentes en el mercado actualmente, Colombiharina cuenta con más de 30 años de investigación y desarrollo en sus propiedades alimenticias. Lo anterior es prácticamente un diferenciador único que le garantiza al consumidor el valor agregado que se busca en este tipo de productos, en los cuales se debe haber demostrado a través de la investigación científica, que tienen un impacto positivo en una o varias de las funciones esenciales del organismo que conduce a beneficios para la salud de la persona que lo consume, incluyendo la reducción del riesgo de enfermedad, y que no tiene efectos secundarios nocivos.

Eficiencia Económica. Por ser productos especializados con importantes procesos de investigación y tecnificación, los alimentos funcionales usualmente significan para el consumidor altos costos justificados por el fabricante en los valores agregados que ofrece la categoría. La Colombiharina en cambio, es un alimento que históricamente se ha caracterizado por estar al alcance del consumidor, al precio más eficiente del mercado. El precio de la Colombiharina como ventaja competitiva se explica en la evolución que las tendencias del mercado le dieron a los alimentos funcionales, ya que mientras hace 30 años eran destinados a poblaciones con deficiencias nutricionales, hoy en día, con la aparición de un consumidor mejor informado y consciente de la importancia de una alimentación saludable, su consumo está asociado con grupos de alto desempeño, cuidadosamente enfocados en el cuidado integral de la salud.

Valores agregados para el consumidor: Además de los valores agregados propios de la categoría de los alimentos funcionales (hacen aportes nutricionales, ayudan al funcionamiento del organismo y a la prevención de enfermedades), la Colombiharina constituye un muy eficiente uso de los recursos económicos del consumidor en lo que se refiere a su presupuesto destinado para alimentación, ya que conseguir los mismos aportes alimenticios en otras fuentes naturales significa sin lugar a dudas una mayor inversión.

Características que le permiten diferenciarse en el mercado:

Recordación de Marca "Top of Mind" y vínculo afectivo con el consumidor. "Top of Heart" Como marca comercial, la Colombiharina es de conocimiento prácticamente universal en Colombia, debido no solo a que ha estado en el mercado durante más de 30 años, sino además, a que durante muchos años, por convenios con el Gobierno colombiano, fue promovida y distribuida a través de programas gubernamentales a lo largo y ancho del territorio nacional. Esta afortunada circunstancia convirtió a la Colombiharina en una herramienta de primera mano de las madres Colombianas preocupadas por la alimentación de sus hijos, por lo cual hoy en día, un gran número de Colombianos adultos asocian con nostalgia la Colombiharina con aquellas coladas caseras que les preparaban sus abuelas o madres durante su infancia, y a su vez sus madres y abuelas, aún la recuerdan y recomiendan como el suplemento nutricional más confiable, lo cual

constituye un valor incalculable para la marca, pues además de tener recordación casi universal, la marca tiene un fuerte vínculo emocional con la infancia, el calor del hogar, y las costumbres típicas de nuestro país.

A. Soyaplatano (TONING S.A) ³²

Alimentos TONING es una empresa con 34 años de experiencia en el desarrollo, fabricación y comercialización de Alimentos Funcionales con altos estándares de Calidad. Inició sus labores con esfuerzo y dedicación el 16 de Agosto de 1979, pensando siempre en el bienestar de los consumidores.

Alimentos Toning S.A, busca satisfacer las expectativas de sus clientes, brindándoles alimentos que cumplen con estándares de Calidad e inocuidad.

La compañía tiene presente ante todo el crecimiento y la rentabilidad, el desarrollo del personal, el mejoramiento continuo en todos los procesos, el cumplimiento de la legislación y de todos los requisitos aplicables a la organización.

La empresa cuenta con (CERTIFICADO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD ISO 9002), el cual acredita el sistema de calidad de la empresa a nivel internacional, al demostrar que cumple con los requisitos establecidos mundialmente.

Para obtener el Sello ICONTEC, además de cumplir con los requisitos del Codex Alimentario, se debe contar con un sistema de calidad el cual es el conjunto de la estructura organizacional, los procedimientos, procesos y recursos necesarios, para implementar la gestión de calidad.

Objetivos de gestión de la calidad:

- Incrementar las ventas en un 25% en el año 2018 con respecto a las ventas obtenidas en el año 2014. Generar crecimiento continuo.
- Generar utilidades constantemente.
- Satisfacer las expectativas de los clientes.
- Lograr un mayor posicionamiento de la marca.
- Cumplir con los estándares de Calidad e inocuidad.
- Mejorar continuamente los procesos.
- Generar un continuo desarrollo del personal.

³² NUESTRA HISTORIA. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.alimentostoning.com/corporativo/quienes-somos/nuestrahistoria

B. Plátano oriental (ORIENTAL INDUSTRIA O.IA CIA LTDA)³³

ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA., ha traído al Ecuador toda la mística y sabiduría del pueblo chino para elaborar más de 88 productos alimenticios de calidad certificada, con gran aceptación en todo el país y también en el mercado internacional.

Desde el año 1975, fecha histórica en que se inician las labores de ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. CIA. LTDA., posee una red completa de distribución en todo el país, que la ubican como una de las principales industrias del sector alimenticio.

Ubicada en Ecuador, nación de suelos y climas privilegiados en la costa pacífico de Sudamérica, trabaja en la búsqueda de mejores opciones alimenticias para diversos mercados, proveyéndolos de productos confiables, nutritivos y con precios accesibles en las líneas de fideos, harinas, condimentos, leches, snacks, bebidas y otros.

Es una de las agroindustrias alimenticias más importantes del Ecuador, con capacidad de producir en sus propias haciendas la materia prima para la elaboración de la gran mayoría de sus marcas. Actualmente exporta a mercados de la Unión Europea, Norte, Centro y Sudamérica. Por estas y otras razones deseamos ser su proveedor de calidad y sabor para preservar su salud. Trabaje con nosotros; somos especialistas en productos excepcionales. Con fe y optimismo renovamos nuestro compromiso para seguirles brindando lo mejor de nosotros.

C. Factores Restrictivos de la Competencia (instituciones, político, Jurídico, localización).

En el presente Plan de Negocios no se ha identificado algún factor restrictivo de tipo político, institucional, jurídico que imposibilite la comercialización de la Harina a base de Platano “**LA SABROSITA**” de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” en el mercado local, sin embargo, representa un obstáculo para el capital financiero que posee las diferentes marcas consideradas como competencia fruto de la presente investigación, ha sido suficiente para el excelente funcionamiento y éxito de estas empresas. Por lo anterior la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, mediante la implementación de un equipo eficiente y eficaz en el funcionamiento de la compañía, debe implementar toda una logística que permita una óptima comercialización de la harina logrando el Just Time. De igual manera la empresa debe aprovechar la existencia de entidades de apoyo gubernamentales como lo es el SENA, etc., las cuales buscan el desarrollo de ideas innovadoras y de

³³ QUIENES SOMOS. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.grupohoriental.com/espanol/quienesomos.php?id=1

microempresas en las regiones, también debe buscar apoyo financiero e inversionistas para lograr sus expectativas.

D. Calculo de la oferta actual:

Calculo de la oferta actual en Tumaco:

- Se tiene en cuenta la demanda actual estimada = **165.958 Kilos**
- Se investiga el número de competidores = **3**³⁴
- Se calcula el promedio de ventas de cada competidor, demanda/No competidores = **165.958 / 3 = 55.319**
- Se tiene en cuenta las preferencias del consumo de la encuesta.

Cuadro 12. Preferencias del consumo en Tumaco

DETALLE	FRECUENCIA DE CONSUMO	% DE CONSUMO	VENTAS
DIARIO	39	10=0,10	5.532
SEMANAL	183	48=0,48	26.553
QUINCENAL	61	16=0,16	8.851
CADA 20 DIAS	45	12=0,12	6.638
CADA MES	55	14=0,14	7.745
TOTAL	380	100	55.319

Fuente: La presente investigacion

En el presente cuadro se describe el cálculo de Oferta Actual, la cual se obtuvo dividiendo la demanda actual con el número de competidores de Harinas que participan en el mercado de San Andrés de Tumaco. Cabe anotar que el cálculo del promedio de ventas para cada detalle se obtuvo multiplicando el total de ventas por cada porcentaje de consumo.

³⁴ ENTREVISTAS realizadas a diferentes Supermercados en la ciudad de; San Andrés de Tumaco.

E. Oferta potencial o futura.

Estará determinada por los productos de los competidores que se desarrollan en un mercado.

Cuadro 13. Proyección oferta potencial o futura

OFERTA POTENCIAL O FUTURA 2012-2017		
No.	AÑOS	O.P en Tumaco
0	2012	55.319
1	2013	57.022
2	2014	58.778
3	2015	60.588
4	2016	62.454
5	2017	64.377

Fuente: DANE; Estimación con base en la tasa de crecimiento DANE, Tumaco. (%) (VER CUADRO No. 12)

Para la proyección de la oferta se aplicó el método de Tasas de Crecimiento Poblacional, considerando que la oferta, crecerá con la misma regularidad que la población, (Ver Cuadro No. 12).

F. Balance demanda potencial o futura – oferta potencial o futura:

Cuadro 14. Relación oferta – demanda.

RELACION OFERTA - DEMANDA DE PLATANO 2012-2017				
No.	AÑOS	D.P en Tumaco	O.P en Tumaco	EXCEDENTE Demanda (Objetivo - Insatisfecha)
0	2012	165.958	55.319	110.639
1	2013	171.065	57.022	114.043
2	2014	176.333	58.778	117.555
3	2015	181.764	60.588	121.176
4	2016	187.362	62.454	124.908
5	2017	193.132	64.377	128.755

Fuente: La presente investigacion

Sin duda alguna, en el presente cuadro se puede visualizar que la Demanda es mayor que la Oferta, obteniéndose como resultado un Excedente positivo, el cual se convierte en la Demanda Objetivo Insatisfecha, demanda de interés que permite determinar que el Plan de Negocios para Producir y Comercializar Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**” en el Municipio de Tumaco, es viable, por consiguiente es de vital importancia que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” a constituirse mediante el Plan de Negocios trate de implementar estrategias, que le permita cubrir en gran parte el Excedente de producción de Plátano , logrando adquirir y/o conseguir una participación relativa en el sector de alimentos (Harinas de Plátano).

2.2.5 Análisis y determinación de los proveedores. Es importante para el presente Plan de Negocios determinar la fuente de materia prima, la cual se convierte en la columna vertebral para el debido funcionamiento de la planta de producción y determinante del producto final (**Harina de plátano “LA SABROSITA”**).

Mediante el trabajo de campo y a través de entrevistas a Productores, y demás personas conocedoras del manejo de la producción de plátano, en la zona rural del municipio de Tumaco, se logró determinar que en el municipio, la producción y comercialización se da de forma continua durante todo el año, y su siembra, producción y comercialización se da de forma manual, no hay ninguna agremiación ni asociación que permita calcular exactamente la cantidad de plátano que se comercializa mensualmente pero por medio de esta investigación se sabe que esta economía se dedica a la subsistencia de las personas que la realizan.³⁵

La siembra y producción de plátano en la zona rural del municipio de Tumaco, no solo es una actividad exclusiva de las personas que habitan en estos lugares sino también de habitantes de la zona urbana, quienes poseen terrenos o fincas las cuales son sembradas y cultivadas con el objetivo de comercializar el producto en tiendas de barrio, en un centro de comercialización llamado la platanera y en centros comerciales, estas actividades comerciales les permiten a cientos de personas subsistir en un municipio donde las oportunidades laborales son muy escasas. Cabe resaltar que toda la producción de plátano proviene de las veredas apostadas en la vía que conduce de Tumaco a la ciudad de pasto.

PRODUCCIÓN ACTUAL PARA SATISFACER LA DEMANDA POTENCIAL AL MOMENTO DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.

Cabe mencionar que zona Rural del municipio de San Andrés de Tumaco, Es de donde proviene toda la producción de plátano la cual estará destinada para la transformación del producto en harina de plátano, apostadas en la vía pasto

³⁵ ENTREVISTA con Sayda Paterson Angulo, Gerente de Cámara de Comercio

Tumaco existen una gran cantidad de veredas o corregimientos en donde se siembra y se cosecha plátano, veredas tales como:

Cajapi: Vereda ubicada en el sector rural de Tumaco, se accede por vía terrestre, con gran presencia de familias, las cuales su principales ingreso, es la agricultura basada en la siembra de palma, cacao, plátano y otros tipos de productos derivados de la agricultura, también viven comercio informal, su ingreso diario oscilan entre los 10.000 y 15.000 pesos.

Robles: Vereda ubicada en el sector rural de Tumaco, se accede por vía terrestre, las cuales sus principales ingresos están en la siembra de palma de aceite, coco, plátano, cacao, especies maderables entre otras, también se complementan con comercio informal, sus ingresos diarios oscilan entre los 20.000 y 25.000 pesos.

Como parte de este grupo de veredas productoras de plátano se pueden mencionar también; **AGUACLARA, BUCHELI, CHILVI, INGUAPI DEL CARMEN, CHILVICITO, PINDALES CEIBITO, BOCATOMA, AGUACATE**, entre otras., veredas pertenecientes al Municipio de San Andrés de Tumaco, que también aportan con un 40% de la producción anual de Platano al municipio de Tumaco y zonas adyacentes.

2.2.6 Análisis y política de precio. La empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” en su análisis de precios, procura mantener en el mercado precios asequibles al alcance de los consumidores, manteniendo calidad y demás atributos que hagan que la Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**” ofrecida por la empresa marquen la diferencia y tengan gran aceptación. La estimación del precio de venta unitario de la Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**” se calcula en el Estudio Operacional (Técnico) del Plan de Negocios, teniendo en cuenta los costos de producción unitarios, etc., de la Harina, que debe incurrir la empresa para procesar una unidad de Harina de plátano “**LA SABROSITA**”. Cabe mencionar, que la empresa maneja precios por debajo de la competencia directa (**PAMPA LTDA**), resaltando que la Harina de plátano “**LA SABROSITA**” que pretende manejar empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” son de origen nacional, y por diferentes razones (Precio de materia prima, transporte, mano de obra, etc) el producto sería ofrecido en el mercado local a precios más bajos con relación a **Pampa Ltda**. Que es una marca nacional y por tanto presenta precios más altos con relación a las demás harinas hechas de plátano.

2.2.7 Análisis de comercialización:

A. Delimitación del mercado.

El mercado para la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**” se ve proyectado a nivel local al Municipio de Tumaco.

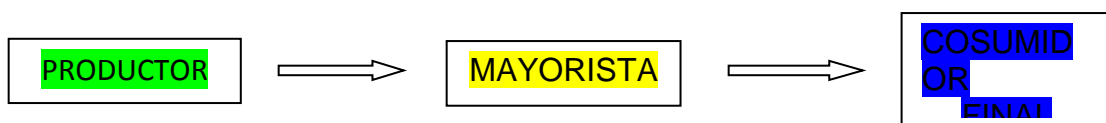
B. Factores determinantes para la selección de los canales de distribución:

Tipo de producción: La Harina de Plátano, se caracterizan por ser un bien de Consumo final. El productor lo fabrica y es vendido directamente a los Distribuidores Minoristas o Mayoristas, dependiendo del tipo de canal de Distribución que opere el fabricante.

Canales de distribución: Las empresas a través de sus marcas existentes de Harinas de plátano (Colombiharina, Superbaby, soya plátano etc.) en el mercado poseen canales de distribución indirectos, empresas que poseen clientes en todo el mercado nacional y han optado por distribuir sus productos a almacenes de cadenas, supermercados, y estos a su vez a tiendas de barrio hasta llegar al consumidor final. Por consiguiente la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, seguirá este tipo de distribución el cual ha sido de gran utilización y éxito por otras empresas.

Canales de distribución: El canal de distribución que utilizara la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” para el consumo de la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**” será el siguiente:

a. Distribución con un intermediario mayorista:

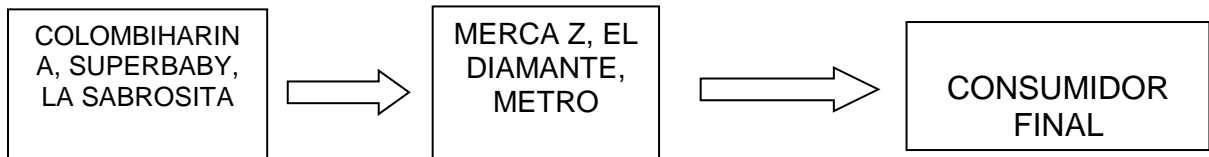


Este tipo de canal se utiliza para distribuir productos tales como medicina, ferretería y alimentos. Se usa con productos de gran demanda ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor.

Ventajas: Una de las ventajas de la distribución con un intermediario mayorista, radica en que la empresa productora se evita unos costos de poseer un punto de venta propio, por otra parte los clientes tiene la posibilidad de acceder a los productos, desde cualquier almacén de cadena, autoservicio o supermercado, sin tener que desplazarse a un lugar en específico.

Desventajas: La desventaja de este tipo de distribución radica en que cuando los productos llegan al consumidor final, tienen un incremento en el precio de venta en fábrica, el cual representa la utilidad del intermediario mayorista.

Ejemplo de distribución con un Intermediario Mayorista:



Cabe resaltar que existen otros canales de distribución como es el caso de la distribución con dos intermediarios, uno mayorista y un minorista:

PRODUCTOR – MAYORISTA – MINORISTA - CONSUMIDOR FINAL

Este tipo de canal también se lo utiliza para distribuir productos tales como medicina, ferretería y alimentos. Se usa con productos de gran demanda ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor.

Ventajas: La ventaja más importante que tiene la distribución con dos intermediarios, uno mayorista y uno minorista radica en que es uno de los medios más importantes en cuanto a accesibilidad del producto, ya que permite a los clientes conseguir el producto sin tener que transportarse tan lejos para conseguirlo, en este tipo de distribución, los clientes consiguen fácilmente la Harina a base de Platano desde las tiendas de barrio, pequeños y grandes autoservicios, supermercados, etc.

Desventaja: Cuando los productos llegan hasta el consumidor final, el precio de fábrica está bastante incrementado puesto que se le suma la utilidad del intermediario mayorista, del intermediario minorista, los costos de transporte, entre otros.

Se tiene en cuenta que para un futuro mediano, la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, planea la utilización de este tipo de canal de distribución en aras de permitir a los clientes conseguir La Harina de Plátano “**LA SABROSITA**” en las tiendas de barrio, además de pequeños y grandes autoservicios, supermercados, etc.

C. Justificación de selección del canal de distribución:

La empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, se caracteriza por su pensamiento estratégico, es por ello que reconociendo que la empresa apenas incursionara en el mercado local trata en lo posible de utilizar los canales de distribución pertinentes que le permita dar a conocer el producto rápido al consumidor final logrando su aceptación.

Cabe anotar o resaltar que para alcanzar el logro de la aceptación de la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”** en la ciudad de Tumaco, se requiere de intermediarios (Supermercados) como: MERCA Z, EL DIAMANTE, LA CAMPIÑA Y SUPERMERCADO METRO.

Es de aclarar que el sistema de distribución que maneja la empresa es la Distribución Selectiva, ya que es Estrategia de Introducción del Producto de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, mantenerse en este tipo de distribución, puesto que permite llegar a todo tipo de clientes a través de los intermediarios seleccionados. Supone una gran carga de publicidad para la empresa pero se reconoce que como empresa estratégica se debe optar por ofrecer en el mercado beneficios diferenciales; ventajas y apoyo promocional al cliente, etc., en aras de generar la compra de la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”**.

c. Política de distribución: La empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, pretende distribuir La harina de plátano **“LA SABROSITA”**, en el Municipio de Tumaco, para lo cual contara con su propio medio de transporte para comercializar el producto en el municipio y transportarlo desde su planta procesadora ubicada en una zona favorable para la misma, hasta los diferentes puntos de ventas (Supermercados y tiendas).

2.2.8 Política de comunicación. En aras de dar a conocer el producto al mercado objetivo, la empresa como estrategia de comunicación, tendrá en cuenta una Selección de Medios Publicitarios los cuales incidirán y motivaran al cliente potencial a comprar la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”**.

A. Medios publicitarios

Diseño de un pendón. El diseño de este pendón publicitario permite mediante su atractiva presentación capturar la atención de la población de Tumaco, generando impacto y dando a conocer el lanzamiento de la Harina de plátano **“LA SABROSITA”** de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**, por ende este pendón estará ubicado en un lugar visible de la empresa, y de los puntos de ventas generando en la población **“Top of Mind (Grado de recordación de la marca)”**.

Imagen 1. Diseño de un volante



Fuente: La presente investigación

Comercial en televisión. El comercial se hará teniendo en cuenta los aspectos de la cultura Tumaqueña y de zonas rurales, donde se trabajara arduo de sol a sol para demostrar el excelente producto que brota de nuestra tierra.

En el comercial además de dar a conocer el producto, se podrá apreciar las verdes y frondosas fincas de donde se extrae la materia prima para elaborar la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**”.

Actividades de merchandising. Dentro del sistema de promoción y publicidad para el reconocimiento del producto, se requiere de instrumentos o mecanismos que permitan promocionar la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**” en el punto de venta (Supermercados), para lo cual la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” pretende realizar Actividades de Merchandising, donde maneja una dotación (Camisetas, Chaquetas, Gorras) para las mercaderistas, las cuales impulsaran el producto dentro del supermercado. Además se dotara de material Pop (Royos de cintas con el logotipo de la empresa), que servirán para adornar las Góndolas donde estará el producto. De igual manera en punta de Góndola se ubicara la imagen del Logotipo de la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**”, el cual estará fabricado en cartón grueso logrando captar la atención hacia la harina, así mismo se hace necesario la implementación de obsequios (Llaveros), estrategia que se

utilizara en etapa de lanzamiento del producto.

Imagen 2. Materiales pop



Fuente: La presente investigación

2.2.9 Determinaciones finales:

A. Tipo y tamaño de mercado.

El mercado de los productos de las Harinas a base de Plátanos es amplio en el municipio de Tumaco, aun así el 100% (386 personas) de las 380 personas encuestadas consumen este tipo de alimentos y los mismos están a gusto de que exista en el mercado y piensan que es nutritivo para sus hijos, que sea de excelente calidad, excelente sabor y muy buenos precios.

B. Índice de crecimiento o tendencia.

El mercado de las Harinas de Plátano, es un mercado que ha ido creciendo con el tiempo y debido al aumento en la tasa de natalidad y los altos índices de pobreza y niveles altos en las NBI; las personas ven en la Harina de Plátano un buen producto para alimentar a sus hijos y sustituir algunos productos como la leche para niños, teniendo en cuenta la diferencia de precios, lo que ha hecho que el consumo de Harinas de Plátano vaya en aumento.

C. Gustos y preferencias del consumidor.

Según los resultados obtenidos en el trabajo de campo; encuesta realizada en: Tumaco, se concluye que un 100% de los consumidores de Harinas de Plátano, prefieren consumir un producto de excelente calidad, nutritivo para sus hijos, y de un precio asequible.

En este sentido, los consumidores tienen preferencias de mayor consumo por otras marcas de harinas. Por consiguiente se identifican una serie de marcas consideradas las más preferidas por los consumidores, marcas que han logrado generar un alto nivel de Top of Mine (Grado de Recordación de la marca) en los consumidores, COLOMBIHARINA, CALIMARINA, SUPER BABY, entre otras.

Estas Marcas son ofrecidas en el mercado en diferentes tamaños, presentaciones y precios asequibles, esto permite que las personas de todos los estratos socioeconómicos; bajos, medios y altos, puedan acceder a comprar y/o consumir Harina de Plátano.

D. Oferta actual y tendencia.

La tendencia de la oferta de Harina de Plátano ha aumentado con el transcurso del tiempo y tiende a incrementarse día a día.

Muchas marcas de Harina de Plátano se han disputado en el transcurso del tiempo el mercado de Tumaco, sin embargo vale la pena anotar que COLOMBIHARINA, CALIMARINA, SUPER BABY, PLATANO ORIENTAL, etc., son las que tienen mayores niveles de venta y posicionamiento.

E. Pronósticos sobre el comportamiento futuro:

Consumo: como se manifestó anteriormente, se concluye que el consumo de Harinas de plátano, tiende a incrementar, teniendo en cuenta los factores antes mencionados que influyen en los niveles de consumo de este producto.

Producción: Teniendo en cuenta que existe varias de marcas que compiten en el mercado de Harina de Plátano, el cual está creciendo y que la demanda se está ampliando, se concluye que la producción por obvias razones debe incrementarse en aras de satisfacer la demanda actual.

Precios: Teniendo en cuenta que los precios de la materia prima e insumos con la cual se fabrica la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**”, no tiende a incrementar, se pronostica que los siguientes años no serán diferentes; el precio de la Harina de Plátano tiende a incrementar, sin embargo, no se salen de la capacidad de adquisición de los habituales clientes.

Comercialización: A medida que aumenta la oferta y la demanda, se incrementa la capacidad y oportunidad de comercialización de la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**”.

2.3 ESTUDIO TECNICO (OPERACIONAL) PARA EL PLAN DE NEGOCIOS

El Estudio Técnico (Operacional), es otro de los estudios claves que permiten determinar en parte la puesta en marcha del plan de negocios, en él se establecen unos objetivos muy importantes y necesarios; Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto (Harina a base de plátano “**LA SABROSITA**”) que se busca ofrecer, Analizar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos e instalaciones y la organización necesaria para realizar la producción del bien.

2.3.1 Tamaño del proyecto. Es de vital importancia resaltar que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” Productora y Comercializadora de Harina a base de plátano al momento de iniciar sus labores cubrirá un 60%, para un total de 66.383 Kilogramos a producir al año, del total de la Demanda Objetivo – Insatisfecha existente de acuerdo a las encuestas realizadas en: Tumaco, Demanda Total que es 110.639 en el presente año (2012). Por consiguiente la empresa tiene en cuenta el apoyo de tecnología pertinente, Mano de obra, etc. Todo lo anterior en aras de que los procesos productivos conlleven a que los productos sean de óptima calidad y fácil comercialización.

Cuadro 15. Detalle de operaciones – elaboración de Harina a base de Plátano.

OPERACIONES	TIEMPO (Hora Hombre)
Alistar la materia prima debidamente seleccionada y desinfectada.	1 Hora
Cocción del Platano	1 Hora
Pelado del Platano	1 Hora
Deshidratación del Platano	1 Hora
Molienda del Platano	1 Hora
Tamizado, Pesado y Porcionado	1 Hora
Empaque de producto final	1 Hora
TOTAL	7 Horas

Fuente: La presente investigación

Según el Cuadro N° 14 de operaciones para la elaboración de Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”, se utilizan en el día 7 horas para la realización de ciertas etapas del proceso productivo de la Harina, teniendo en cuenta las

cantidades a producir que se describen en el cuadro N° 16 “Identificación de la capacidad de producción con relación al excedente (demanda objetivo), año base 2012”. cabe mencionar que la etapa de proceso de Enfriamiento se llevara a cabo en Horas de la noche en el cuarto de enfriamiento y al siguiente día se continua con el proceso de secado, etiquetado, empacado para tiempo en cuarentena, lógicamente se iniciaría cada día el debido Ciclo Productivo.

Cuadro 16. Excedente; demanda (objetivo - insatisfecha) de Harina a base de Plátano.

No .	AÑOS	D.P en Tumaco	O.P en Tumaco	EXCEDENTE Demanda (Objetivo - Insatisfecha)
0	2012	165.958	55.319	110.639
1	2013	171.065	57.022	114.043
2	2014	176.333	58.778	117.555
3	2015	181.764	60.588	121.176
4	2016	187.362	62.454	124.908
5	2017	193.132	64.377	128.755

Fuente: La presente investigacion

Proyección demanda (objetivo – insatisfecha). En el cuadro N° 15 se visibiliza la proyección anual del Excedente de Demanda (Objetivo – Insatisfecha), demanda de gran interés para la empresa proyectante con el producto de Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”, cabe mencionar que la base de proyección es a partir del año 2012 teniendo en cuenta la tasa de crecimiento poblacional para cada ciudad, mediante los siguientes años se puede concluir que a un incremento de la demanda relativamente se presenta un incremento a la oferta.

Cuadro 17. Identificación de la capacidad de producción con relación al excedente (demanda objetivo), año base 2012.

AÑOS	% DE CAPACIDAD	Porcentaje de Cobertura de Excedente Demanda (Objetivo - Insatisfecha).	TOTAL A PRODUCIR LA EMPRESA "HARINAS DEL PACIFICO"	
		SAN ANDRES DE TUMACO	ANUAL	MENSUAL
1	60%	66.383	66.383	5.531
2	70%	77.447	77.447	6.453
3	80%	88.511	88.511	7.375
4	90%	99.575	99.575	8.297
5	100%	110.639	110.639	9.219
TOTALES DE EXCEDENTES		110.639	110.639	9.219

Fuente: La presente investigacion

Es de vital importancia resaltar que en el presente Cuadro N° 16, se identifica claramente que la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**", cubrirá el 60% del total de la Demanda Insatisfecha para el año 2012, porcentaje que se ve incrementado año tras año en un 10% con relación al anterior año. De igual manera la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**", proyecta elaborar a partir del año 2012, en un mes **5.531** Kilogramos y en un año **66.383** Kilogramos de Harina a base de Plátano "**LA SABROSITA**" para satisfacer en un 60% aproximadamente la Demanda Insatisfecha de Harina a base de Plátano en el mercado a incursionar.

Justificación del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto establecido en el presente Estudio Técnico (Operacional), es de 27.951Kilogramos de Harina a base de Plátano a producir en un año, este tamaño permite justificar la puesta en marcha de la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**" con la debida transformación y comercialización de la Harina a base de Plátano "**LA SABROSITA**" debido a que la Demanda Objetivo - Insatisfecha existente en las ciudad a incursionar: (Tumaco), es de 46.585 la cual es mayor que el tamaño a producir. Lo anterior conlleva a que no se generen excedentes de producción.

2.3.2 Localización óptima del proyecto:

A. Macrolocalización. La empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**" estará localizada en el país de Colombia; el territorio continental de la República de Colombia se encuentra ubicado en la esquina noroccidente de América del Sur, sobre la línea ecuatorial, en plena zona tórrida. A pesar que la mayor parte de su extensión, se encuentren en el hemisferio norte, Colombia es equidistante con los dos extremos del continente Americano.

Por el Norte, Colombia llega hasta los **12°26'46''** de latitud norte en el sitio denominado **Punta Gallinas** en la península de la Guajira, que a su vez, constituye el extremo septentrional del continente suramericano.

Por el sur, el territorio llega hasta los **4°12'30''** de latitud sur, en el sitio donde la quebrada **San Antonio** vierte sus aguas al caudaloso río Amazonas.

El extremo Oriental se localiza a los **60°50'54''** de longitud oeste de Greenwich, sobre la isla de **San José** en el río Negro (En Colombia denominado río Guainía), frente a la Piedra del Cocuy, límite común entre las repúblicas de Colombia, Brasil y Venezuela.

Por el Occidente llega hasta los **79°02'33''** de longitud oeste de Greenwich, que corresponden al **Cabo Manglares** en la desembocadura del río Mira en el Océano Pacífico.

El territorio colombiano, también comprende el archipiélago de **San Andrés y Providencia**, diseminados en el mar Caribe entre los **12° y 16°30'** de latitud norte, y los **78° y 82°** de longitud oeste de Greenwich, cuyas islas principales son las de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Adicionalmente, en el Caribe se localizan cerca del litoral, la isla Fuerte y los archipiélagos de **San Bernardo** y del Rosario; así como las de **Barú y Tierra bomba**, próximas a Cartagena, las cuales se encuentran unidas al continente.

Por su parte, en el Océano Pacífico se encuentra la isla de **Malpelo** a los **3°58'** de latitud norte y **81°35'** de longitud oeste, así como, las islas **Gorgona y Gorrionilla** más próximas a la línea costera.

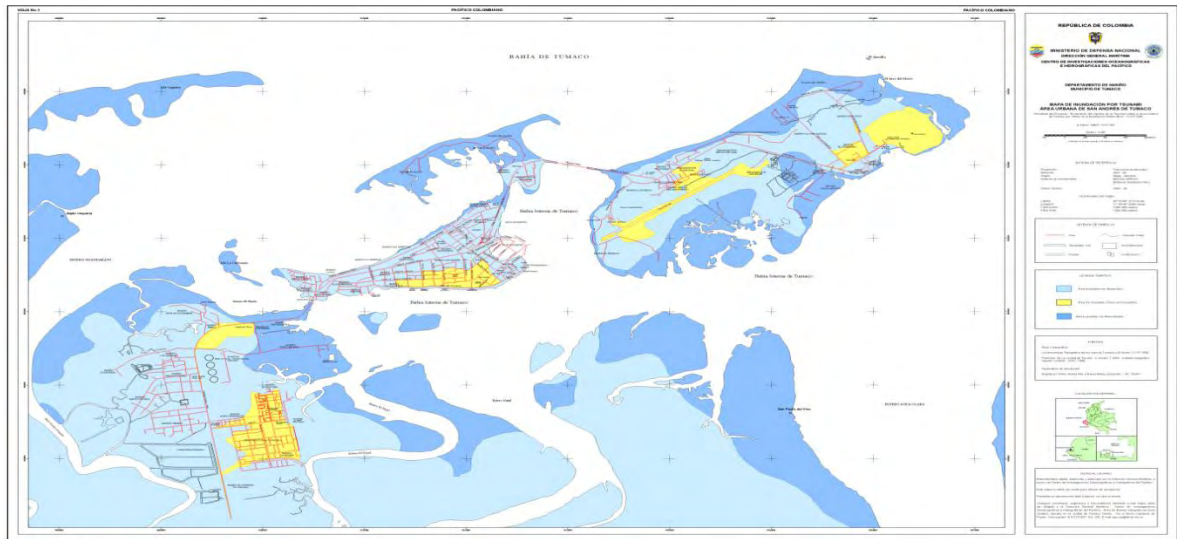
Colombia cuenta con una **posición geográfica estratégica** en el hemisferio americano. Por una parte, es un punto de enlace entre los países del norte y del sur en el hemisferio y, por otra, posee amplias costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico. Dicha ubicación le permite ser la puerta de entrada a América del Sur y disponer de puertos hacia el resto de América, Europa y los países de la Cuenca del Pacífico.

Micro localización:

“División Política Urbana del Municipio de Tumaco Municipio de Tumaco”³⁶.

³⁶ DIMAR. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.google.com/gráficos-ubicación-geográfica-cultura.html?

Imagen 3. Mapa 1



Fuente: Disponible en Internet: www.google.com/gráficos-ubicación-geográfica-cultura.html? DIMAR

Es de vital importancia resaltar que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” se encontrara **ubicada en el municipio de San Andrés de Tumaco**, municipio Colombiano del departamento de Nariño, el cual se encuentra en el Sureste Colombiano, a los 2° - 48' - 24" de latitud norte; 78° - 45' - 53" de longitud al oeste del Meridiano de Greenwich. Ubicado, en la costa pacífica del departamento de Nariño, con una extensión territorial de 3.760 Km².

El Municipio se encuentra localizado entre la llanura del Pacífico y el piedemonte de la cordillera occidental, contando con una superficie de 17.299 Km², que constituyen el 52% de la superficie total del departamento de Nariño, abarcando 10 municipios que encierran el 16% del total de la población.

“Cabe destacar que el Municipio de Tumaco limita al norte con el Municipio de Mosquera al sur con la república de Ecuador al oriente con los Municipios de Roberto Payan, Barbacoas y Ricaurte. Al occidente con el municipio de Francisco Pizarro y el Océano Pacífico”³⁷.

Para ser más específico, la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” estará ubicada en el Centro del Municipio de Tumaco, en la Comuna No. 3 en la Calle del Comercio sector la Taguera.

³⁷ UBICACIÓN GEOGRÁFICA. 8 Nov. 2007. Ubicación geográfica. alarconort03 @ 10:18. El municipio de Tumaco, se encuentra en el Sureste Colombiano, Universidad de Nariño. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.infoman.nireblog.com/post/.../ubicación-geográfica - En caché - Similares

Imagen 4. Mapa 2.



Fuente: La presente investigación

Localización de la empresa “Harinas del Pacífico” mediante el método de Brown y Gibson. Para la localización de la empresa Transformadora Y Comercializadora de Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”, en el municipio de San Andrés de Tumaco, se utilizó el método de localización, denominado **METODO DE BROWN Y GIBSON**; método que permite determinar la ubicación de la empresa, donde se combinan Factores posibles de Cuantificar (Factores Objetivos) con Factores Subjetivos, a los que asignan valores ponderados de peso relativo. Se habla de una ubicación geográfica de un lugar o región donde se localizara la empresa productora o comercializadora de cierto producto.

A. Factores que influyen en la localización: La localización se evalúa considerando algunos factores, que influyen en una toma de decisión pertinente para la ubicación geográfica de la planta física de la empresa dentro del municipio de Tumaco, permitiendo así tener ciertas ventajas por una ubicación privilegiada y estratégica frente a los competidores.

Teniendo en cuenta lo mencionado, los factores de localización por el cual se determina la localización de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” son los siguientes:

Disponibilidad de mano de obra: La cercanía al mercado laboral, se convierte en un factor relevante para la empresa en elegir su sitio de ubicación, ya que en ciertas ocasiones, se ve en la necesidad de adquirir más personal para desarrollar diferentes actividades en aras de satisfacer la demanda, el municipio de Tumaco presenta el personal suficiente para la debida comercialización y transformación

de la Harina a base de Plátano “**LA SOBROSITA**”, Talento Humano idóneo dispuestos a laborar eficiente y eficazmente. Cabe mencionar que la empresa pretende contar con tecnólogos (SENA Tumaco), profesionales y demás personas del municipio de Tumaco que se requieran para el funcionamiento de la empresa.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento: Como se mencionó en el Análisis de los Proveedores, la empresa manifiesta una gran oportunidad la existencia de ciertas Asociaciones de dedicadas a la siembra y producción del Plátano (ubicadas en la zona urbana del municipio), Centros de Acopios y Veredas aledañas al municipio de Tumaco que se dedican al cultivo y producción del Plátano. Lugares con los cuales se tendría una comunicación por vía terrestre y estando a pocas horas y metros de la ubicación de la empresa.

C. Localización, método de Brown y Gibson. El Método consta de cuatro etapas:

- Asignar un Valor relativo a cada Factor Objetivo (**FO_i**) para cada Localización optativa viable.
- Estimar un Valor relativo de cada Factor Subjetivo (**FS_i**) para cada Localización optativa viable.
- Combinar los Factores Objetivos y Subjetivos, asignándoles una ponderación relativa, para obtener una medida de preferencia de Localización (**MPL**).
- Seleccionar la Ubicación que tenga la máxima medida de preferencia de Localización.

La Aplicación del modelo, en cada una de sus etapas, lleva a desarrollar la siguiente secuencia de cálculo:

-Cálculo del valor relativo de los FO_i (Factores Objetivos):

Normalmente los Factores Objetivos son posibles de cuantificar en Términos de costos, lo que permite calcular el costo total anual de cada Localización **C_i**. Luego, el **FO_i** se determina al multiplicar **C_i** por la suma de los recíprocos de los costos de cada Lugar (**1 / C_i**).

Cuadro 18. Cálculo total anual de cada localización

COSTO ANUALES						
LOCALIZACION	MATERIA PRIMA	TRANSPORTE	MANO DE OBRA	OTROS	TOTAL C _i	RECIPROCO (1/C _i)
BARRIO EL MORRITO	420	9	290	10	729	0.00137
CALLE DEL COMERCIO (LA TAGUERA)	445	9	315	10	779	0.00128
BARRIO LA CARBONERA	550	15	420	14	999	0.00100
SUMATORIA						0.00365

Fuente: La presente investigacion

El factor de calificación objetiva para cada localización:

$$\begin{aligned}
 \text{FO (Barrio El Morrito)} &= 0.00137 / 0.00365 = \mathbf{0.37534246} \\
 \text{FO (Calle del Comercio)} &= 0.00128 / 0.00365 = \mathbf{0.35068493} \\
 \text{FO (Barrio la Carbonera)} &= 0.00100 / 0.00365 = \mathbf{0.27397260} \\
 &\mathbf{0, 99999 \approx 1}
 \end{aligned}$$

Como se puede mirar la suma de los **FO_i (Factores Objetivos)** es igual a 1, por lo tanto el valor que asume cada uno de ellos es siempre un Término relativo entre las distintas Alternativas de Localización.

Siendo consecuente con los presentes resultados arrojados por el método de localización, denominado "**METODO DE BROWN Y GIBSON**", se determina que teniendo en cuenta una serie de Factores Objetivos posibles de cuantificar el lugar donde estaría ubicada la empresa seria en el Barrio el Morrito del municipio de San Andrés de Tumaco. Previa determinación del lugar, se dio realizando una comparación con dos barrios más, los cuales son Calle del Comercio (LA Taguera) y Barrio la Carbonera del municipio de Tumaco.

Los Factores que se tuvieron en cuenta para el análisis, fueron; Materia Prima, Transporte, Mano de Obra y otros (energía, impuestos, agua, etc.) en cuanto a costos se refiere. El lugar donde más cuesta producir es en el Barrio La Carbonera y donde menos cuesta producir es en el Barrio el Morrito y Calle del Comercio sector la Taguera. La explicación a esta situación, radica en que parte de los proveedores de la materia prima (Plátano) presentan una fácil arribada con sus productos en canoas y camionetas por consiguiente así los gastos en transporte para la empresa serían muy mínimos, la Calle del Comercio queda en segundo lugar mediante una diferencia minima frente al Barrio el Morrito.

- **Cálculo del Valor relativo de los FS_i (Factores Subjetivos):**

Se estima un valor relativo de cada factor subjetivo (**FS_i**), para cada localización

objetiva viable y se hace una comparación. Por ende para continuar con el análisis, se procede a determinar unos **Factores de tipo cualitativas** las cuales se consideran de mayor relevancia en el momento de determinar la localización. Este cálculo incluye:

- Determinar una calificación; Índice de Importancia Relativa (**W_j**) para cada factor subjetivo mediante comparación pareada de dos factores. Se escoge un factor sobre otro, o bien ambos reciben igual Calificación.
- Dar a cada Localización una ordenación jerárquica (**R_{ij}**), en función de cada Factor Subjetivo.
- Para cada Localización, combinar la Calificación del Factor **W_j** con su Ordenación Jerárquica (**R_{ij}**), para determinar el Factor Subjetivo (**FS_i**).

A continuación se presenta el cuadro N° 18 El cual demuestra el resultado de combinaciones pareadas. En él, se identifican los Factores Subjetivos relevantes; Seguridad Publica, Disponibilidad de Transporte y Actitud de la Comunidad, de igual manera se asigna en las columnas de comparaciones pareadas un Valor 1 al Factor más relevante y cero (0) al menos importante mientras que cuando son equivalentes se asigna a ambos un Factor de 1.

Cuadro 19. Comparaciones pareadas

FACTOR(f)	COMPARACIONES SEPARADAS			SUMA DE PREFERENCIA	INDICE DE IMPORT. RELAT. W _j
	A	B	C		
SEGURIDAD PUBLICA	1	1		2	2/3=0.66
DISPONIBILIDAD DE TRANSPORT.	0		1	1	1/3=0.33
ACTITUD DE LA COMUNIDAD		0	0	0	0/3=0
SUMATORIA					1

Fuente: La presente investigacion

Al realizar la comparación pareada; se logró determinar que el Factor que tuvo mayor calificación y relevante fue: Seguridad Pública, tanto en el Barrio el Morrito como en la Calle del Comercio (sector la Taguera). El resultado es debido a que en el Barrio de la Carbonera existe en la actualidad un gran problema de inseguridad. En últimas este análisis de comparaciones pareadas permitió la elaboración del Índice de Importancia Relativa (**W_j**), el cual se utiliza para determinar, la Ordenación Jerárquica (**R_{ij}**) de cada Factor Subjetivo.

Cuadro 20. Cálculo de la ordenación jerárquica (R_{ij}) de cada factor subjetivo

LOCALIZACION	SEGURIDAD PUBLICA (1)			SUMA DE PREFER	R11	FACTORES SUBJETIVOS			SUMA DE PREFER	R12	ACTITUD DE LA COMUNIDAD (3)			SUMA DE PREFER	R13	
	1	2	3			DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE (2)	1	2			3	1	2			3
BARRIO EL MORRITO	0	1		1	0.33	0	1		1	0.33	1	1		2	0.50	
CALLE DEL COMERCIO (LA TAGUERA)	1		1	2	0.67	1		1	2	0.67	1		1	2	0.50	
BARRIO LA CARBONERA		0	0	0	0.0		0	0	0	0.0		0	0	0	0.00	
TOTALES				3	1.0				3	1.0				4	1.0	

Fuente: La presente investigación

En el presente cuadro N° 19, se realizan comparaciones pareadas entre factores para cada localización, en aras de determinar la Ordenación Jerárquica (R_{ij}) de cada Factor Subjetivo. Como resumen se tiene lo siguiente:

Cuadro 21. Puntaje relativo de la ordenación jerárquica (R_{ij})

FACTOR J	PUNTAJE RELATIVO RIJ			INDICE WJ
	BARRIO EL MORRITO	CALLE DEL COMERCIO (LA TAGUERA)	BARRIO LA CARBONERA	
SEGURIDAD PUBLICA	0.33	0.67	0	0.67
DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE	0.33	0.67	0.0	0.33
ACTITUD DE LA COMUNIDAD	0.50	0.50	0.00	0.0

Fuente: La presente investigación

A continuación se determina la medida de Factor Subjetivo (FS_i), de cada Localización. Separadamente para cada Localización, se multiplica la Calificación para un Factor dado; Ordenación Jerárquica (R_{ij}) por el índice de Importancia relativa (W_j) de ese Factor y se suma todos los Factores Subjetivos. La fórmula para calcular lo mencionado anteriormente es la siguiente:

Ecuación para los Factores Subjetivos: FS_i = (R_{i1}* W₁)+ (R_{i2}* W₂)....+ R_{in} W_n

Al remplazar la ecuación por los Valores del último cuadro, se obtiene los siguientes Factores de Calificación Subjetiva:

Cuadro 22. Factores de calificación subjetiva

FSi	(Ri1* W1)	(Ri2* W2)	(Ri3* W3)	SUM.PREF*IMP.REL
FS. BARRIO EL MORRITO	0.33*0.67	0.33*0.33	0.50*0	0.33
FS. CALLE DEL COMERCIO (LA TAGUERA)	0.67*0.67	0.67*0.33	0.50*0	0.67
FS. BARRIO LA CARBONERA	0*0.67	0.0*0.33	0.00*0.0	0
SUMATORIA				1

Fuente: La presente investigación

Claramente se puede observar que la suma de los tres (03), resultados es igual a 1.

Cálculo de la Medida de Preferencia de Localización (MPL):

Una vez Valorados en Términos relativos los Valores Objetivos y Subjetivos de Localización, se procede Finalmente a calcular la **MPL** para determinar cuál es la localidad que obtiene el mejor puntaje y por ende la cual debe ser escogida. Para tal fin se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{MPL} = K (\text{FO}_i) + (1-K) (\text{FS}_i)$$

Cabe anotar que la Importancia relativa diferente que existe, a su vez, entre los Factores Objetivos y Subjetivos de Localización hace necesario asignarle una ponderación **K** a uno de los Factores y **(1-K)** al otro, de tal manera que se exprese también entre ellos la importancia relativa.

Si se considera que los Factores Objetivos son tres veces más importantes que los Subjetivos, se tiene que **K = 3 (1-K)**, o sea, **K = 0.75**, este dato se obtiene despejando la fórmula: **K = 3 (1-K)**.

$$K = 3 - 3k$$

$$K + 3k = 3$$

$$4k = 3$$

$$K = 3/4 = 0.75$$

Remplazando mediante los Valores obtenidos para los **FO_i** y los **FS_i** en la última fórmula se determinan las siguientes medidas de Preferencia de Localización:

Cuadro 23. Medidas de preferencias de localización

MPL	K(FOI)	(1-K)(FSI)	MPL= K(FOI) + (1-K) (FSI)
MPL. BARRIO EL MORRITO	0.75*0.36619718	0.25*0.33	0.357147885
MPL. CALLE DEL COMERCIO (LA TAGUERA)	0.75*0.34859154	0.25*0.67	0.428943655
MPL. BARRIO LA CARBONERA	0,75*0.28521112	0.25*0	0.213908834
SUMATORIA			1

Fuente: La presente investigación

Selección del Lugar (Localización de la empresa): Según los resultados arrojados por el Método **Brown y Gibson** el lugar donde es pertinente ubicar las instalaciones de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” en el municipio de Tumaco es en la **Calle del Comercio (sector La Taguera)**, puesto que recibe el mayor valor de medida de ubicación, cabe aclarar que si se hubiesen comparado exclusivamente los Valores Objetivos, este lugar no habría sido el más atrayente para ubicar la empresa; sin embargo, la superioridad con que fueron calificados sus Factores Subjetivos la hace que la Calle del Comercio (sector La Taguera) sea el lugar más atrayente para ubicar la empresa.

2.3.3 Ingeniería del proyecto. Es pertinente resaltar que en el presente Estudio (Operacional) Técnico, se hace necesario la adquisición de Terrenos, construcción y adecuación para un óptimo funcionamiento de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” productora y comercializadora de Harina a base de Plátano.

Para el montaje de la infraestructura de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” se contara con un área de: Ancho 19 metros, Largo 38 metros, Altura 4 metros, área total de lote a construir 722 m².

Cuadro 24. Detalle de terrenos y edificaciones

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VIDA ULTIL/AÑOS	DEPRECIACION
TERRENO	1	55.000.000		
EDIFICACION	1	100.000.000	20	5.000.000
TOTAL		155.000.000		5.000.000

Fuente: La presente investigación

A. Adecuación del local ubicado en la calle del comercio del municipio de San Andrés de Tumaco.

Cuadro 25. Implementos (Materiales) para Adecuación de la Empresa.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Balde grandes de Pintura (pintuco)	5	123.000	615.000
Tarros Grandes de pintura. (pintuco)	2.5	41.200	103.000
Rodillos	5	5.000	25.000
Mano de Obra		700.000	700.000
Brochas	3	4.000	12.000
Calcomanías del logotipo de la empresa. Medianas	4	40.000	160.000
TOTAL			\$ 1.615.000

Fuente: La presente investigación

El costo de adecuación de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” ubicada en la Calle del Comercio (sector La Taguera) del municipio de Tumaco es de **\$ 1.615.000**.

B. Descripción de maquinarias y equipos:

Lista y referencia de la maquinaria. A continuación se determina la cantidad y clase de maquinaria y equipo, los cuales servirán para el debido funcionamiento de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” y por ende pertinentes para la Elaboración de la Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”.

Cuadro 26. Detalle de maquinarias y equipos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRECIACIÓN
Balanza Electrónica de recepción rango de 0 a 500 kilos.	2	500.000	1.000.000	10	200.000
Mesa de Lavado (acero inoxidable, Medidas: 1 de largo por 2 de ancho).	2	500.000	1.000.000	10	100.000
Mesa de clasificación (acero inoxidable, Medidas: 2 de largo por 2 de ancho).	2	600.000	1.200.000	10	120.000
Canastas de Acero	8	100.000	800.000	10	80.000
Tanques de Almacenamiento	2	2.000.000	4.000.000	10	400.000
Electrobomba de agua con capacidad de un HP.	1	1.000.000	1.000.000	10	100.000
Electrobomba de agua con capacidad de media HP.	1	1.000.000	1.000.000	10	100.000
Tanque de Depuración en concreto capacidad 2 metros cúbicos y con 50 centímetros de altura,	1	1.500.000	1.500.000	10	150.000
Molino Industrial	1	5.500.000	5.500.000	10	550.000
Cernidor Industrial	2	500.000	1.000.000	10	100.000
Mesas de proceso	4	500.000	2.000.000	10	200.000
Mesas Ritmas (cuadras de 8 por 8 centímetros)	4	30.000	120.000	10	12.000
Horno Industrial	1	10.000.000	10.000.000	10	1.000.000
Canastillas de acero inoxidable	2	50.000	100.000	10	10.000
Balanzas electrónicas grameras	3	500.000	1.500.000	10	150.000
Canastas plásticas de 200 kilos	10	20.000	200.000	10	20.000
Maquina cerradora al vacío	2	4.000.000	8.000.000	10	800.000
Autoclaves (capacidad 14 cajas), cada 60 minutos.	1	500.000	500.000	10	50.000
Montacargas manuales	2	1.000.000	2.000.000	10	200.000
Ventiladores de techo	2	150.000	300.000	10	30.000
Hidrolavadora industrial	1	1.000.000	1.000.000	10	100.000
Laboratorio de control de calidad: refractómetros, indicadores de PH, estufa secadora, balanza analítica y cristalería	1	2.000.000	2.000.000	10	200.000
TOTAL			45.720.000		4.572.000

Fuente: La presente investigación

C. Descripción de vehículos. Como Medio de Transporte para la distribución de la Harina a base de Plátano, se utilizara un FURGON PEQUEÑO marca DFSK en la ciudad de San Andrés de Tumaco, el cual partirá desde la Fábrica hasta los Supermercados (MERCA-Z, EL METRO, EL DIAMANTE, LA CAMPIÑA), lugares de gran concurrencia donde el consumidor podrá obtener el producto. Como se mencionó anteriormente la empresa planea solucionar el componente de transporte de la Harina **“LA SABROSITA”**.

De igual manera se incurrirá en el costo de un FURGON PEQUEÑO CON CARROCERIA ABIERTA marca DFSK para el desplazamiento hacia las veredas aledañas al municipio cuando se requiera necesario donde se cultiva y se produce la materia prima.

Cuadro 27. Detalle de vehículos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRECIACION
FURGON PEQUEÑO marca DFSK	1	20.000.000	20.000.000	10	2.000.000
TOTAL			20.000.000		2.000.000

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRECIACION
FURGON PEQUEÑO marca DFSK con carrocería abierta	1	18.000.000	18.000.000	10	1.800.000
TOTAL			18.000.000		1.800.000

Fuente: La presente investigacion

D. Descripción de muebles, encerres y equipos de oficina:

Cuadro 28. Detalle de muebles, enseres y equipos de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)	DEPRECIACION
Archivador	2	200.000	400.000	10	40.000
silla para escritorio	4	50.000	200.000	10	20.000
Escritorios	4	200.000	800.000	10	80.000
Teléfono Conmutador Panasonic Kx-t7730 PBX Planta Telefónica	1	80.000	80.000	10	8.000
Fax Panasonic	1	100.000	100.000	10	10.000
Papelería y demás encerres		1.200.000	1.200.000	10	120.000
Teléfono De Mesa Panasonic Kx -ts500	1	20.000	20.000	10	2.000
Tándem Sillas Espera Oficina 4 Puestos!!	1	100.000	100.000	10	10.000
Computadores con Impresoras	2	1.300.000	2.600.000	10	260.000
Mesa de sala de Juntas	1	300.000	300.000	10	30.000
TOTAL			5.800.000		580.000

Fuente: La presente investigacion

E. Descripción de servicios:

Cuadro 29. Detalle de servicios públicos

DETALLE	COSTO MENSUAL EN AREA DE PRODUCCION (\$)	COSTO MENSUAL EN AREA ADMINISTRATIVA (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Energía eléctrica	420.000	28.000	5.376.000
Acueducto y alcantarillado	50.000	15.000	780.000
Internet		65.000	780.000
Teléfono	380.000	120.000	6.000.000
TOTAL	850.000	228.000	12.936.000

Fuente: La presente investigación

F. Costos de funcionamiento:

Cuadro 30. Descripción de costos de funcionamiento

DETALLE	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Mantenimiento de Vehículo	120.000	1.440.000
Mantenimiento de Maquinarias y Equipo	700.000	8.400.000
TOTAL	850.000	9.840.000

Fuente: La presente investigación

G. Descripción de equipos de seguridad industrial:

Cuadro 31. Inversión en equipos de seguridad industrial.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	INVERSION TOTAL (\$)	VIDA UTIL
Extintores	4	60.000	240.000	5
Botiquín	1	150.000	150.000	
TOTAL			390.000	5

Fuente: La presente investigación

H. Descripción de herramientas.

A continuación se describen las herramientas a utilizar para el proceso de elaboración de la Harina a base de Plátano “LA SABROSITA” en la planta de producción de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”.

Cuadro 32. Detalle de herramientas

DETALLE	CANTIDAD O DOCENA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRECIACION
Dotación de uniforme: gorro, tapaboca, guantes, vestido, botas, peto o delantal.	20	100.000	2.000.000	10	200.000
Cuchillos	10	1.500	15.000	10	1.500
Limas para cuchillos	10	1.000	100.000	10	10.000
Cucharas de Acero	5	3.500	17.500	10	1.750
Cucharas de Acero Medidoras	5	2.220	11.100	10	1.110
Kit de Limpieza: Baldes, cepillos, escobas, trapeadores, paños para secar	3	10.000	30.000	10	3.000
TOTAL			2.173.600		217.360

Fuente: La presente investigación

I. Descripción de materia prima e insumos. A continuación se presentan los cuadros de insumos, a utilizar para la elaboración de la Harina a base de Plátano “LA SABROSITA”.

Cuadro 33. Detalle de materia prima e insumos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	COSTO DIARIO	SEMANTAL	MENSUAL	COSTO ANUAL
Platano	Kg	1.000	200	200.000	1.200.000	4.800.000	57.600.000
Agua	Litros	160	400	64.000	384.000	1.536.000	18.432.000
Dióxido de Azufre 1%	gr.	1/1000	2.500	2.500	10.000	40.000	480.000
Embalaje: funda plástica y caja de cartón	Unidad	2.329	100	232.900	1.397.400	5.896.000	67.075.200
TOTAL				499.400	2.991.400	12.272.000	143.587.200

Fuente: La presente investigación

Cuadro 34. Costo de materia prima e insumos por unidad de producción de Harina de Platano “LA SABROSITA”.

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Platano	Kg	0.70	200	140
Agua	Litros	1.5	400	600
Dióxido de Azufre 1%	gr.	1/1000	150	150
Embalaje: funda plástica y caja de cartón	Unidad	1	100	100
TOTAL				\$990

Fuente: La presente investigación

2.3.4 Descripción del proceso de producción de la Harina de Platano. A continuación se presenta la descripción cualitativa del proceso de producción de la Harina de Platano “**LA SABROSITA**”, proceso que consta de 8 etapas, las cuales están organizadas de tal forma que se logre eficaz y eficientemente obtener el producto deseado, y poderlo brindar al cliente y/o consumidor final en óptimas condiciones, etapas que se describen a continuación:

a. Adecuación de la materia prima

Una vez recolectado toda la materia prima traída de las veredas circunvecinas del municipio de Tumaco; se procede a seleccionar cuidadosamente en un control de calidad la materia prima que posee daños o inconvenientes, una vez terminado este proceso se lava para retirar el sucio que puede más tarde contaminar el producto.

La siembra de plátanos en la región es una acción que involucra a hombres, mujeres y jóvenes familiares, o independientes, personas en su gran mayoría de bajos recursos, que ven en la venta de este producto una opción de subsistencia y oportunidad para salir adelante.

B. Coccion.

Las materia prima empleada en este proceso son plátanos hartones los cuales se cocinan por 10 o 15 minutos, con el fin de eliminar la savia pegajosa, hacer más fácil el pelado y volver el producto más digerible a la hora de consumirlo.

Estas materias son puestas en las instalaciones de la planta física de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” teniendo en cuenta la cantidad a procesar. Introducidas en las ollas industriales con el fin de que tengan una buena cocción para poder continuar con los siguientes pasos.

C. Pelado

En este proceso se retira la cáscara del plátano. Y esta se utiliza para hacer harina para consumo animal, cabe aclarar que el proceso es realizado manualmente por operarios (personal de planta) y supervisado por el jefe de producción.

En últimas este proceso, junto con los demás etapas estará bajo el Control de Calidad para tener un producto de óptima calidad elaborado por la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”**.

D. Porcionado

El plátano una vez pelado se porcionado en tajadas bien delgadas para que se deshidraten más fácilmente, esta operación es pertinente, pues permite que el plátano se deshidrate más rápido y demorarse tanto en el siguiente proceso que requiere más tiempo.

F. Deshidratación

Esta etapa consiste en secar o deshidratar las tajadas con el fin de retirarle la humedad. Se realiza exponiendo las tajadas a la irradiación solar. Puede durar de 1 a 2 días.

Teniendo en cuenta que el proceso en donde se obtendrá harina de plátano será totalmente industrializado, se usaran hornos industriales especiales para realizar el proceso de deshidratación y poder desarrollar esta etapa en menor tiempo del mencionado antes.

G. Molienda

Una vez las tajadas de plátano están completamente secas se muelen, la molienda debe ser fina para que la textura de la harina sea más agradable. Entre más secas estén las tajadas de plátano, el rendimiento de la harina es mayor en la molienda, además la vida útil del producto se prolonga por más tiempo, ya que en una harina húmeda hay crecimiento de hongos.

H. Tamizado

El tamizado se hace con el fin de retirar partículas gruesas y obtener una harina muy fina, los residuos que quedan en esta etapa (partículas gruesas) se adicionan a la harina de consumo animal.

Esta operación tiene como objetivo obtener un producto de alta calidad, una harina de plátano muy fina que nos permita distinguirnos de nuestros competidores.

I. Empacado

Esta es la última etapa del proceso, la harina se empaqa en bolsas que deben quedar selladas adecuadamente para evitar la entrada de humedad y microorganismos que puedan afectar la vida útil del producto final.

En este proceso, se utilizara empaques al vacío que permitan preservar el producto en las mejores condiciones y se adicionaran más vitaminas y nutrientes para que potencialicen los beneficios de la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**” con el fin que nuestros los clientes consuman solo lo mejor de “**HARINAS DEL PACIFICO**”

2.3.5 Diagrama del flujo de proceso productivo de Harina de Plátano:



2.3.6 Material del envase de la harina de plátano. Es de cartón, protegida por otro envase plástico sellado al vacío que es donde se encuentra la harina de plátano.

Sistema de conservación de la Harina de Plátano: Será un producto envasado en un recipiente hermético, sellado al vacío y totalmente estéril en su interior.

2.3.7 Etiqueta de la Harina de Plátano “LA SABROSITA”. Estará impreso en papel barnizado en policromía; Amarillo, Azul, Naranja y Verde, en este serán

consignados los siguientes datos: Marca, peso, teléfono, dirección, y licencia de funcionamiento del fabricante, código de barras, recetario, información nutricional, lote y el logotipo.

Figura 2. Diseño de etiqueta



Fuente: La presente investigación

2.3.8 Ventajas que tiene el Procesamiento Industrial comparado con el Procesamiento Casero. Los alimentos procesados poseen ciertas cualidades que les permiten ser más saludables que los alimentos caseros. Esto es así, pues desde su transporte, este tipo de alimentos son movilizados bajo condiciones específicas que responden a las características del producto, mientras que los alimentos caseros no siempre son llevados en condiciones apropiadas de empaque al no tener en cuenta sus requerimientos de protección y preservación. Los productos en la casa pueden contaminarse debido al manejo indistinto de los ingredientes sobrantes en una preparación, ocasionando intoxicaciones.

En la industria el proceso por etapas y el control de calidad disminuye este riesgo y minimiza la posibilidad de contaminación. En la casa los tiempos de cocción son muy elevados, lo que conlleva la disminución del poder alimenticio de los productos. En la industria se evita la pérdida considerable de estos nutrientes gracias al control de tiempos y temperaturas.

2.3.9 Requerimientos legales. La empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” debe cumplir con ciertos requisitos legales los cuales permitirán adelantar procesos para la obtención de registros sanitarios y demás certificaciones.

Para la empresa es de vital importancia tener en cuenta el Decreto 3075 de 1997 que regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional. E igualmente es necesario que la empresa maneje las Buenas Prácticas de Manufacturas (**BPM**), según Decreto 3075 de 1997.

A. Decreto 3075 de 1997 (BPM):

Artículo 1. Ámbito de aplicación. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicarán:

- A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

Artículo 2. Definiciones. Para efectos del presente Decreto se establecen las siguientes definiciones:

- **AUTORIDAD SANITARIA COMPETENTE:** Por autoridad competente se entenderá al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA y a las Direcciones Territoriales de Salud, que, de acuerdo con la Ley, ejercen funciones de inspección, vigilancia y control, y adoptan las acciones de prevención y seguimiento para garantizar el cumplimiento a lo dispuesto en el presente decreto.
- **BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA:** Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.
- **CERTIFICADO DE INSPECCIÓN SANITARIA:** Es el documento que expide la autoridad sanitaria competente para los alimentos o materias primas importadas o de exportación, en el cual se hace constar su aptitud para el

consumo humano.

- **DISEÑO SANITARIO:** Es el conjunto de características que deben reunir las edificaciones, equipos, utensilios e instalaciones de los establecimientos dedicados a la fabricación, procesamiento, preparación, almacenamiento, transporte, y expendio con el fin de evitar riesgos en la calidad e inocuidad de los alimentos.
- **EQUIPO:** Es el conjunto de maquinaria, utensilios, recipientes, tuberías, vajillas y demás accesorios que se empleen en la fabricación, procesamiento, preparación, envase, fraccionamiento, almacenamiento, distribución, transporte, y expendio de alimentos y sus materias primas.
- **FABRICA DE ALIMENTOS:** Es el establecimiento en el cual se realice una o varias operaciones tecnológicas, ordenadas e higiénicas, destinadas a fraccionar, elaborar, producir, transformar o envasar alimentos para el consumo humano.
- **HIGIENE DE LOS ALIMENTOS:** Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la seguridad, limpieza y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo.
- **MANIPULADOR DE ALIMENTOS:** Es toda persona que interviene directamente y, aunque sea en forma ocasional, en actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos.
- **PROCESO TECNOLÓGICO:** Es la secuencia de etapas u operaciones que se aplican a las materias primas y demás ingredientes para obtener un alimento. Esta definición incluye la operación de envasado y embalaje del producto terminado.
- **REGISTRO SANITARIO:** Es el documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar; e Importar un alimento con destino al consumo humano.

Artículo 7. Buenas prácticas de manufactura. Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto.

Artículo 8. Los establecimientos destinados a la fabricación, el procesamiento, envase, almacenamiento y expendio de alimentos deberán cumplir las condiciones generales que se establecen a continuación: localización y accesos.

- Estarán ubicados en lugares aislados de cualquier foco de insalubridad que represente riesgos potenciales para la contaminación del alimento.
- Su funcionamiento no deberá poner en riesgo la salud y el bienestar de la comunidad.
- Sus accesos y alrededores se mantendrán limpios, libres de acumulación de basuras y deberán tener superficies pavimentadas o recubiertas con materiales que faciliten el mantenimiento sanitario e impidan la generación de polvo, el estancamiento de aguas o la presencia de otras fuentes de contaminación para el alimento.

Artículo 9. Condiciones específicas de las áreas de elaboración. Las áreas de elaboración deben cumplir además los siguientes requisitos de diseño y construcción:

Pisos y drenajes:

- Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, resistentes, no porosos, impermeables, no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y mantenimiento sanitario.
- El piso de las áreas húmedas de elaboración debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 40 m² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los almacenes, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, se requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida. Los pisos de las cavas de refrigeración deben tener pendiente hacia drenajes ubicados preferiblemente en su parte exterior.
- El sistema de tuberías y drenajes para la conducción y recolección de las aguas residuales, debe tener la capacidad y la pendiente requeridas para permitir una salida rápida y efectiva de los volúmenes máximos generados por la industria. Los drenajes de piso deben tener la debida protección con rejillas y, si se requieren trampas adecuadas para grasas y sólidos, estarán diseñadas de forma que permitan su limpieza.

Paredes:

- En las áreas de elaboración y envasado, las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. Además, según el tipo de proceso hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los

requisitos antes indicados.

- Las uniones entre las paredes y entre éstas y los pisos y entre las paredes y los techos, deben estar selladas y tener forma redondeada para impedir la acumulación de suciedad y facilitar la limpieza.

Techos:

- Los techos deben estar diseñados y contruidos de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de mohos y hongos, el desprendimiento superficial y además facilitar la limpieza y el mantenimiento.
- En lo posible, no se debe permitir el uso de techos falsos o dobles techos, a menos que se construyan con materiales impermeables, resistentes, de fácil limpieza y con accesibilidad a la cámara superior para realizar la limpieza y poder desinfectarlo.

Ventanas y otras aberturas:

- Las ventanas y otras aberturas en las paredes deben estar contruidas para evitar la acumulación de polvo, suciedades y facilitar la limpieza; aquellas que se comuniquen con el ambiente exterior, deben estar provistas con malla anti insecto de fácil limpieza y buena conservación.

Puertas:

- Las puertas deben tener superficie lisa, no absorbente, deben ser resistentes y de suficiente amplitud; donde se precise, tendrán dispositivos de cierre automático y ajuste hermético. Las aberturas entre las puertas exteriores y los pisos no deben ser mayores de 1 cm.
- No deben existir puertas de acceso directo desde el exterior a las áreas de elaboración; cuando sea necesario debe utilizarse una puerta de doble servicio, todas las puertas de las áreas de elaboración deben ser auto cerrables en lo posible, para mantener las condiciones atmosféricas diferenciables deseadas.

Artículo 15. Practicas higiénicas y medidas de protección. Toda persona mientras trabaja directamente en la manipulación o elaboración de alimentos, debe adoptar las prácticas higiénicas y medidas de protección que a continuación se establecen:

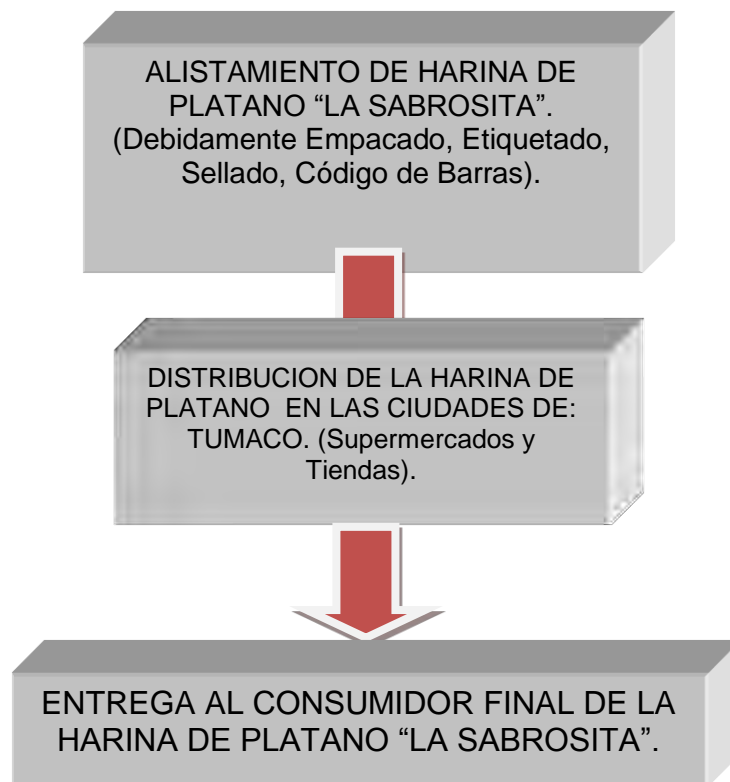
- Mantener una esmerada limpieza e higiene personal y aplicar buenas prácticas higiénicas en sus labores, de manera que se evite la contaminación del alimento y de las superficies de contacto con éste.

- Usar vestimenta de trabajo que cumpla los siguientes requisitos: De color claro que permita visualizar fácilmente su limpieza; con cierres o cremalleras y /o broches en lugar de botones u otros accesorios que puedan caer en el alimento; sin bolsillos ubicados por encima de la cintura; cuando se utiliza delantal, este debe permanecer atado al cuerpo en forma segura para evitar la contaminación del alimento y accidentes de trabajo. La empresa será responsable de una dotación de vestimenta de trabajo en número suficiente para el personal manipulador, con el propósito de facilitar el cambio de indumentaria el cual será consistente con el tipo de trabajo que desarrolla.
- Lavarse las manos con agua y jabón, antes de comenzar su trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada y después de manipular cualquier material u objeto que pudiese representar un riesgo de contaminación para el alimento. Será obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando los riesgos asociados con la etapa del proceso así lo justifiquen.
- Mantener el cabello recogido y cubierto totalmente mediante malla, gorro u otro medio efectivo. Se debe usar protector de boca y en caso de llevar barba, bigote o patillas anchas se debe usar cubiertas para estas.
- Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte.
- Usar calzado cerrado, de material resistente e impermeable y de tacón bajo.
- De ser necesario el uso de guantes, estos deben mantenerse limpios, sin roturas o desperfectos y ser tratados con el mismo cuidado higiénico de las manos sin protección. El material de los guantes, debe ser apropiado para la operación realizada. El uso de guantes no exime al operario de la obligación de lavarse las manos, según lo indicado en el literal c.
- Dependiendo del riesgo de contaminación asociado con el proceso será obligatorio el uso de tapabocas mientras se manipula el alimento.
- No se permite utilizar anillos, aretes, joyas u otros accesorios mientras el personal realice sus labores. En caso de usar lentes, deben asegurarse a la cabeza mediante bandas, cadenas u otros medios ajustables.
- No está permitido comer, beber o masticar cualquier objeto o producto, como tampoco fumar o escupir en las áreas de producción o en cualquier otra zona donde exista riesgo de contaminación del alimento.
- El personal que presente afecciones de la piel o enfermedad infectocontagiosa deberá ser excluido de toda actividad directa de manipulación de alimentos.

- Las personas que actúen en calidad de visitantes a las áreas de fabricación deberán cumplir con las medidas de protección y sanitarias estipuladas en el presente Capítulo.

En últimas toda la Normatividad de la ley cubre el procesamiento de la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” ofrecidos por la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”

2.3.10 Diagrama de proceso de ventas de la Harina de Plátano:



Fuente: La presente investigación

2.3.11 Distribución en planta. La distribución en planta de la empresa **HARINAS DEL PACIFICO**, Ubicada en la Calle del Comercio sector la Taguera del municipio de Tumaco-Nariño, está dividida en 2 áreas Área de producción y Área Administrativa.

Área de producción:

Esta dirigida por el jefe de producción. La Distribución del área de proceso estará dividida para su mejor distribución y supervisión en dos zonas principales y estas a su vez en sub-áreas:

Zona Sucia: En estas zonas solo se llevarán a cabo las operaciones de recepción y Almacenamiento de materia prima. El objetivo primordial de esta zona es asegurar la cantidad y calidad de la materia a ser transformada.

- Área de servicios.(Baños)
- Área de recepción.
- Área de Tanques de almacenamiento.
- Área de control de calidad

Zona limpia: En esta zona se llevara a cabo todas las operaciones de transformación y procesamiento de la materia prima, como también de inspección y control del producto terminado para asegurar la calidad y aceptación del producto en el mercado.

- Área de adecuación de materia prima.
- Área de Cocción.
- Área de Pelado.
- Área de Porcionado
- Área de Deshidratación.
- Área de Molienda.
- Área de Tamizado.
- Área de Empacado.

En últimas el área de producción abarca todas las operaciones de transformación de la materia prima, para llevarla al producto objetivo. La representación estará indicada por el Diagrama del Flujo de Proceso Productivo de la Harina de Platano. Donde se puede analizar las actividades que se realizan para la obtención del producto final.

Área administrativa:

Está compuesta por las siguientes oficinas:

- Oficina del Gerente General
- Oficina de Contabilidad
- Oficina del Jefe de Mercadeo
- Oficina de Talento Humano
- Oficina Secretaria

Oficinas que estarán en constante comunicación entre sí y con el área de producción.

Criterios y fundamentos para una buena distribución. Para ello se tiene en cuenta el Decreto 3075 de 1997 (BPM), CAPITULO I. EDIFICACIÓN E INSTALACIONES, Artículo 8.

- La edificación debe estar diseñada y construida de manera que proteja los ambientes de producción, e impida la entrada de polvo, lluvia, suciedades u otros contaminantes, así como del ingreso y refugio de plagas y animales domésticos.
- La edificación debe poseer una adecuada separación física y / o funcional de aquellas áreas donde se realizan operaciones de producción susceptibles de ser contaminadas por otras operaciones o medios de contaminación presentes en las áreas adyacentes.
- Los diversos locales o ambientes de la edificación deben tener el tamaño adecuado para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos, así como para la circulación del personal y el traslado de materiales o productos. Estos ambientes deben estar ubicados según la secuencia lógica del proceso, desde la recepción de los insumos hasta el despacho del producto terminado, de tal manera que se eviten retrasos indebidos y la contaminación cruzada. De ser requerido, tales ambientes deben dotarse de las condiciones de temperatura, humedad u otras necesarias para la ejecución higiénica de las operaciones de producción y/o para la conservación del alimento.
- La edificación y sus instalaciones deben estar construidas de manera que se faciliten las operaciones de limpieza, desinfección y desinfectación según lo establecido en el plan de saneamiento del establecimiento.
- El tamaño de los almacenes o depósitos debe estar en proporción a los volúmenes de insumos y de productos terminados manejados por el establecimiento, disponiendo además de espacios libres para la circulación del personal, el traslado de materiales o productos y para realizar la limpieza y el mantenimiento de las áreas respectivas.
- No se permite la presencia de animales en los establecimientos objeto del presente decreto.
- En la distribución de los espacios se requiere utilizar las medidas necesarias y pertinentes para el buen desempeño laboral. Por muy reducido que sea el espacio debe brindarles la comodidad necesaria a los operarios.
- En lugares donde se da algunos tipos de olores se recomienda utilizar luces adecuadas con el objetivo de permitir el desalojo de olores, el cual saldría por unas ventanas ubicadas en la parte superior y lateral de las paredes del área de producción de la empresa. Sus áreas deberán estar separadas de cualquier tipo de vivienda y no podrán ser utilizadas como dormitorio.
- Se requiere tener establecido el número de procesos que se van a realizar para la obtención de un bien.

Figura 3. Vista de la fachada principal



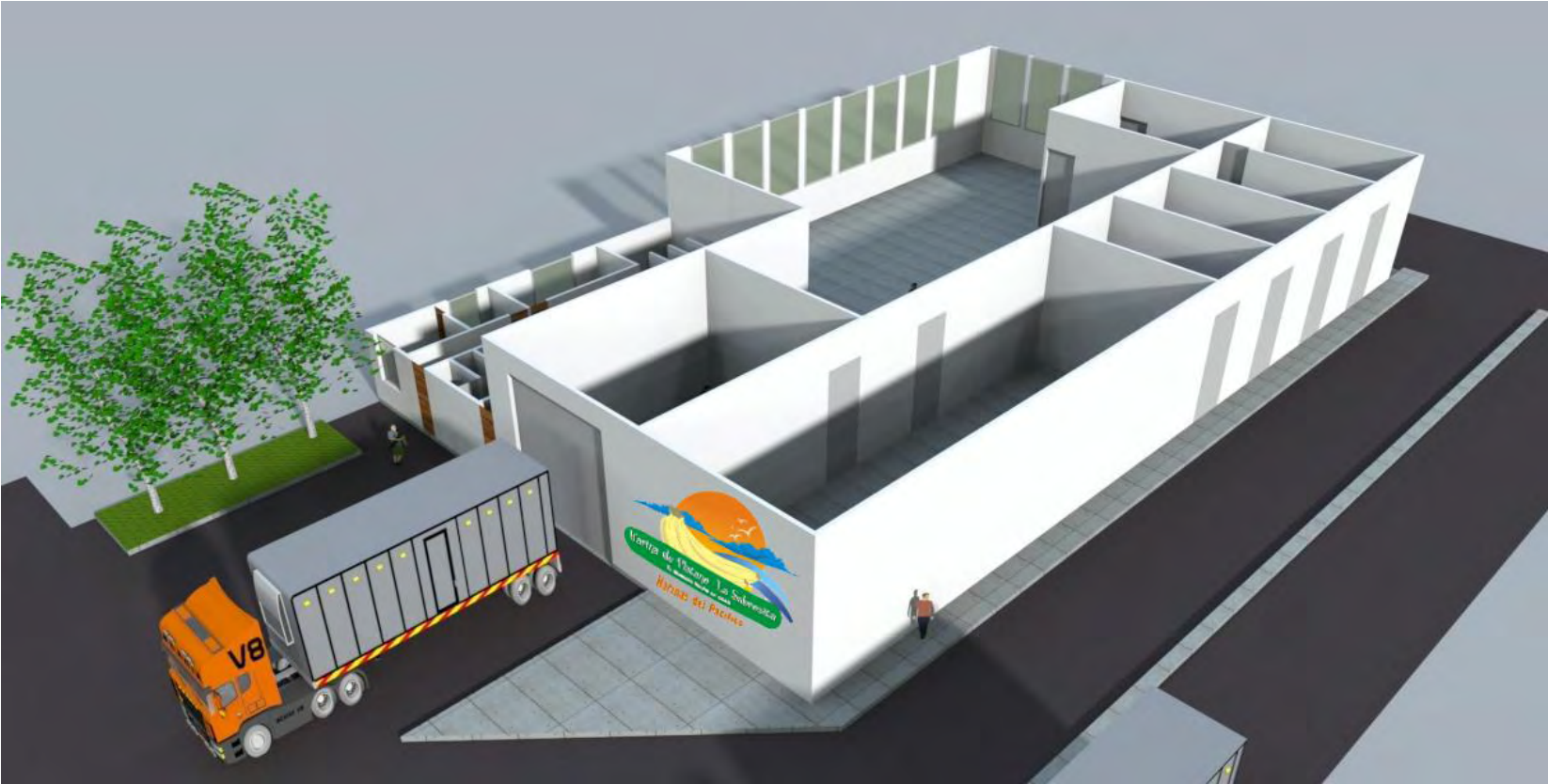
Fuente: La presente investigación.

Figura 4. Vista de fachada principal



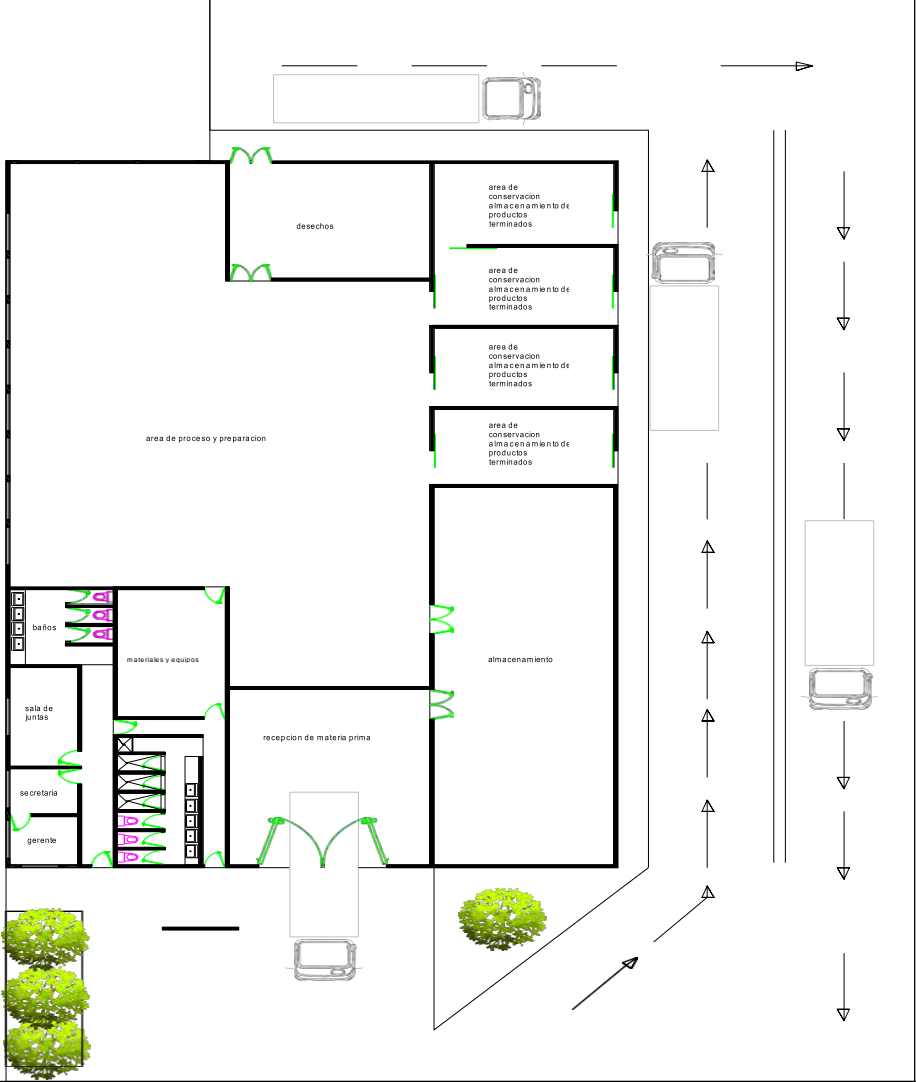
Fuente: La presente investigación.

Figura 5. Vista sin cubierta



Fuente: La presente investigacion

Figura 6. Distribución de planta.



Fuente: La presente investigacion

Personal requerido. A continuación se presenta el listado de personas que intervienen en la producción y comercialización de la Harina de Platano “**LA SABROSITA**”, personas tanto fijas como temporales.

Cuadro 35. Descripción de personal requerido en planta.

CARGO	N°	SALARIO MENSUAL	TOTAL
Gerente General	1	2.100.000	2.100.000
Directores	3	1.400.000	4.200.000
Supervisores	2	850.000	1.700.000
Técnicos	1	700.000	700.000
Secretaria	1	700.000	700.000
Promotor de venta	1	650.000	650.000
Aseadora	1	650.000	650.000
Vigilante	1	650.000	650.000
Patinador de Planta	2	700.000	1.400.000
Operarios fijos	8	650.000	5.200.000
Operarios Temporales	20	500.000	10.000.000

Fuente: La presente investigación

Por consiguiente a continuación se presenta la nómina de la Empresa “**Harinas del Pacifico**”.

Cuadro 36. Nómina de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”

HARINAS DEL PACIFICO NIT...1.087.127.398-1 NOMINA DE PERSONAL PERIODO: ENERO 2012														
VALOR DE LA NOMINA MENSUAL	NUMERO DE TRABAJADORES	SALARIOS			SEGURIDAD SOCIAL			APORTES PARAFISC.			PRESTACIONES SOCIALES			
		SUELDO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	APORTE SALUD 13%	APORTE PENCIÓN 16%	RIESGO LABORAL 1,044%	SENA,ICBF,COMFAM. 9%	CESANTIAS 12.00%	INTERESES CESANTIAS 1%	PRIMAS8.33%	VACACIONES 4.17%	NETO PAGADO	TOTAL DEVENDAGO ANUAL
MANO DE OBRA														
Gerente General	1	1.500.000		1.500.000	195.000	240.000	15.660	135.000	180.000	15.000	124.950	62.550	2.467.210	29.606.520
Contador	1	1.000.000		1.000.000	130.000	160.000	10.440	90.000	120.000	10.000	83.300	41.700	1.645.440	19.745.280
Jefe de Mercadeo	1	1.000.000		1.000.000	130.000	160.000	10.440	90.000	120.000	10.000	83.300	41.700	1.645.440	19.745.280
Jefe de Talento Humano	1	1.000.000		1.000.000	130.000	160.000	10.440	90.000	120.000	10.000	83.300	41.700	1.645.440	19.745.280
Jefe de Producción	1	1.000.000		1.000.000	130.000	160.000	10.440	90.000	120.000	10.000	83.300	41.700	1.645.440	19.745.280
Supervisor de Bodega y Despacho	1	620.000	80.000	700.000	80.600	99.200	6.473	55.800	74.400	6.200	51.646	25.854	1.100.173	13.202.076
Supervisor de Proceso de Cocción, pelado, porcionado y deshidratación	1	620.000	80.000	700.000	80.600	99.200	6.473	55.800	74.400	6.200	51.646	25.854	1.100.173	13.202.076
Supervisor de proceso de Molienda, Tamizado, pesado, y Empacado	1	620.000	80.000	700.000	80.600	99.200	6.473	55.800	74.400	6.200	51.646	25.854	1.100.173	13.202.076
Técnico de Laboratorio Industrial	1	500.000	80.000	580.000	65.000	80.000	5.220	45.000	60.000	5.000	41.650	20.850	902.720	10.832.640
Secretaria	1	500.000	80.000	580.000	65.000	80.000	5.220	45.000	60.000	5.000	41.650	20.850	902.720	10.832.640
Aseadora	1	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	738.176	8.858.112
Vigilante	1	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	738.176	8.858.112
Promotor de Ventas	1	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	738.176	8.858.112
SUB TOTAL		8.940.000	640.000	10.200.000	1.242.800	1.529.600	99.807	860.400	1.126.000	95.600	796.348	398.652	16.369.457	183.231.408
MANO DE OBRA DIRECTA														
Patinador de planta	2	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	1.476.350	17.716.200
Operario fijo de cocción	2	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	1.476.350	17.716.200
Operario fijo de Esterilización	2	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	1.476.350	17.716.200
operario fijo de sellado	2	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	1.476.350	17.716.200
operario fijo de etiquetado, empacado y almacenado	2	400.000	80.000	480.000	52.000	64.000	4.176	36.000	48.000	4.000	33.320	16.680	1.476.350	17.716.200
SUB TOTAL		2.000.000	400.000	2.400.000	250.000	320.000	20.880	180.000	240.000	20.000	166.600	83.400	7.381.750	88.581.000
TOTAL NOMINA		10.940.000	1.940.000	12.600.000	1.492.800	1.849.600	120.687	1.040.400	1.366.000	115.000	962.948	702.645	36.042.880	271.812.408

Fuente: La presente investigación.

Se estima un incremento en los gastos de personal del 5% para cada año subsiguiente al primero.

Cuadro 37. Presupuesto de Nomina de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO” para 5 años

<u>PRESUPUESTO ANUAL</u>	<u>SALARIO</u>
2012	271.812.408
2013	285.403.028
2014	299.673.179
2015	414.656.837
2016	430.389.678
2017	451.909.161

Fuente: La presente investigación.

Cuadro 38. Presupuesto de Nomina de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”

NOMINA A DESTAJO								
VALOR DE LA NOMINA MENSUAL	NUMERO DE TRABAJADORES	SALARIOS				APORTES PARAFISC.		
CARGO		SUELDO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	RIESGO LABORAL 1,044%	SENA, IC BF, C OMF AM. 9%	NETO PAGADO	TOTAL DEVENDAGO ANUAL
MANO DE OBRA A DESTAJO								
Operario Temporal de Cocción, Pelado y porcionado	4	400.000		400.000	4.176		1.616.704	19.400.448
Operario Temporal de Deshidratado	2	400.000		400.000	4.176		808.352	9.700.224
Operario Temporal de Molienda, Tamizado, Pesado, y Empacado.	4	400.000		400.000	4.176		1.616.704	19.400.448
TOTAL NOMINA							4.041.706	48.501.120

Fuente: La presente investigación.

2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL PARA EL PLAN DE NEGOCIO

El Estudio Organizacional es relevante en cualquier empresa y/o organización, ya que la integran un grupo de personas (recurso humano), por lo cual es vital la coordinación, los sistemas de comunicación de cada una de las áreas, la forma como se relacionan los empleados, el grado de responsabilidad y la autoridad de la organización, los cuales son necesarias para un óptimo funcionamiento en una empresa; por consiguiente la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” tendrá como fundamento las funciones básicas que ayudan a regular las operaciones en forma racional y continua.

Con base a lo anterior y con la problemática que originó la formulación del presente proyecto como alternativa de solución, lo más Recomendable es que la Empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” Procesadora y Comercializadora de Harina de Platano “**LA SABROSITA**” se constituya como una empresa Agroindustrial del Platano, logrando continuamente la explotación de este.

2.4.1 Misión. La misión de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” es brindar el mejor de los productos, con un alto valor nutritivo y con la mejor calidad posible, esto con el fin de satisfacer las necesidades y superación de las expectativas de

nuestros clientes, delegando en nosotros la responsabilidad clave de la excelencia de nuestro producto, conservando estándares higiénicos y procesos competitivos que garanticen la calidad del producto.

Unos de nuestros propósitos también será aportar al desarrollo empresarial, económico y social, bajo los parámetros de producción limpia que contribuya a mejorar la calidad de vida de las comunidades y veredas de la zona rural y urbana del Municipio de San Andrés de Tumaco.

2.4.2 Visión. Para el año 2017, la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” se proyecta como una empresa competitiva y sostenible, contando con una participación relativa del mercado, líder en procesos de producción y comercialización de Harina de Plátano; utilizando normas sanitarias de calidad, ofreciendo un portafolio de productos con los mejores estándares de producción logrando satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes que permita el posicionamiento y la permanencia en el mercado local, además de contribuir con la generación de nuevos empleos, mejorando la calidad de vida de las personas que subsisten en el sector pesquero en el municipio de San Andrés de Tumaco.

2.4.3 Filosofía de la empresa. La empresa está regida bajo unos valores aplicables tanto con sus clientes internos y externos. Trabaja para el bienestar de sus socios y de sus clientes con la finalidad de mejorar paulatinamente las condiciones económicas y sociales de los habitantes del Municipio de Tumaco.

Los valores que orientan y rigen la cultura organizacional son los siguientes:

- **Honestidad:** El comportamiento de todos los miembros de “**HARINAS DEL PACIFICO**”, será regido bajo este valor, también implica tener en cuenta la satisfacción total de los clientes, proveedores, entre otras.
- **Lealtad:** Los empleados deberán ser leales para con la organización, en el sentido de promulgar el buen nombre de las empresa, de tener total discreción sobre la información de tipo interna y confidencial, vital para la empresa. Igualmente los altos directores deberán ser leales con sus subordinados.
- **Responsabilidad:** Todos los miembros de la organización deberán cumplir cabalmente con las funciones que se les haya asignado y que se encuentren estipuladas en el manual de funciones de la organización. Así mismo deberán cumplir con el horario que la organización determine para la jornada laboral.
- **Talento humano:** Todos los miembros de “**HARINAS DEL PACIFICO**”, deberán ser totalmente idóneos y objetivos en el desempeño de sus actividades. Deberán cumplir con el perfil ocupacional inherente al cargo

desempeñado.

- **Compromiso:** El compromiso debe ser por parte de todos y cada uno de los integrantes de la empresa como de los clientes a los cuales se les dará todo el apoyo necesario para trabajar de manera eficiente y eficaz.
- **Transparencia:** La organización se regirá bajo parámetros de claridad en donde muestre que su funcionamiento se hace de una manera transparente y legal.
- **Trabajo en equipo:** La empresa creará un ambiente laboral bajo estrategias de empoderamiento que permita la buena comunicación y el desarrollo laboral eficiente de sus trabajadores.

2.4.4 Política de calidad. Mejorar continuamente la gestión y seguridad de los procesos con el fin de ofrecer productos alimenticios de excelente calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes, garantizando altos niveles de servicio, precios competitivos, cumplimiento de especificaciones técnicas y cumplimiento a cabalidad con las normas en materia de calidad y medio ambiente.

2.4.5 Objetivos de la empresa:

Objetivo general. Producir Harina de Platano con la más alta calidad, utilizando tecnología competitiva para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes en cuanto a sabor y precio, generando utilidades que beneficie a la empresa y demás actores.

Objetivos específicos:

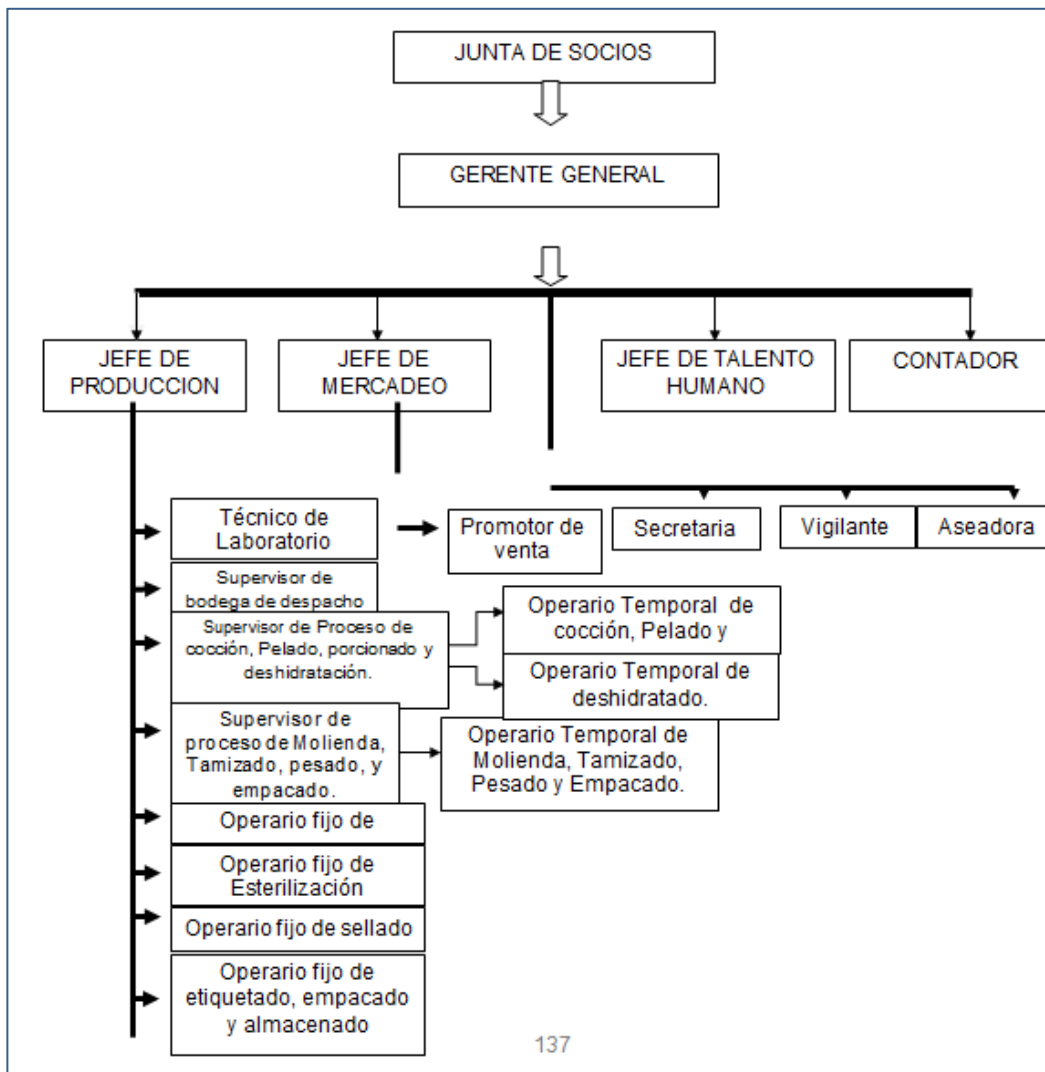
- Elaborar productos con Buenas Prácticas de Manufacturas (Decreto 3075 de 1997).
- Obtener una rentabilidad del 30% sobre las ventas, alcanzando un nivel de ventas anuales de al menos \$ 1.000.000.000.
- Conseguir una participación del 20% del total del sector de Harinas, para el primer año con incrementos anuales del 5% en un horizonte de 5 años.
- Distribuir el producto en los principales supermercados, Auto servicios y Tiendas de barrio. proyectando su comercialización a mediano plazo en diferentes ciudades.
- Generar por lo menos 60 empleos directos e indirectos en el municipio, contribuyendo al desarrollo de las poblaciones dedicadas al cultivo y cosecha del Platano en el Municipio de San Andrés de Tumaco.
- Posicionar a “**HARINAS DEL PACIFICO**” en el mercado de Harinas como una

empresa líder en calidad y competitividad, ofreciendo mejores productos y servicios que permitan satisfacer las necesidades alimentarias de nuestros clientes, actuales y potenciales.

2.4.6 Estructura organizacional. En la presente Estructura Organizacional, se tiene en cuenta diferentes actividades que se relacionan con las áreas de la empresa para una mayor eficiencia en los procesos. Cada miembro que conforma la organización juega un papel supremamente importante dentro de ella, en este sentido es preciso determinar en qué dependencia de la empresa estará ubicado, y cuáles serán las competencias propias de cada una de estas áreas, así mismo es necesaria determinar cuáles deben ser las actividades, objetivos que deben cumplir cada uno de ellos.

Organigrama. A continuación se presenta la distribución por cargos de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” que intervienen en la transformación y comercialización de la Harina a base de Plátano “**LA SABROSITA**”.

Figura 7. Organigrama



Fuente: La presente investigación.

A. Junta de socios. La Junta de Socios está conformada por los dueños de la Empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, los cuales pueden tomar cualquier clase de decisión respecto a cualquier clase de nombramiento, remoción, financiera, comercial, etc.

Entre las decisiones que pueden tomar una Asamblea General de Accionistas o Junta General de Socios, están las funciones que describe el artículo 420 del

Código de Comercio³⁸, veamos:

Artículo 420. Funciones De La Asamblea General De Accionistas. La asamblea general de accionistas ejercerá las funciones siguientes:

- Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales.
- Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazos en que se pagará.
- Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios directivos o el revisor fiscal.
- Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda.
- Disponer que determinada emisión de acciones ordinarias sea colocada sin sujeción al derecho de preferencia, para lo cual se requerirá el voto favorable de no menos del setenta por ciento de las acciones presentes en la reunión.
- Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad.
- Las demás que le señalen la ley o los estatutos, y las que no correspondan a otro órgano.

B. Área administrativa:

Gerente general:

Identificación:

NIVEL:	Director
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Administrador
Nº. DECARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Planta de Producción
JEFE INMEDIATO:	Presidente de la Junta de Socios

Propósito principal: Desarrollar funciones relacionadas con la coordinación de las diferentes áreas y personal que existirán dentro de la empresa. El gerente General deberá lograr que los distintos supervisores que tienen a su cargo áreas funcionales, logren que los objetivos que se plantean se cumplan.

³⁸ ACTUALICESE.COM. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.actualicese.com/actualidad/2010/03/04/que-puede-decidir-yo-aprobar-la-junta-o-asamblea-funciones/>

Funciones esenciales:

- Ser el representante legal de la empresa en todos los actos administrativos y contractuales, encaminados en el desarrollo del objeto social de la empresa.
- Coordinar, dirigir, controlar y administrar de manera eficiente los recursos de la empresa.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales, y entregar las proyecciones de dichas metas con sus respectivos indicadores de evaluación.
- Tomar las decisiones oportunamente para evitar o anticiparse a los posibles inconvenientes u oportunidades que se puedan presentar en desarrollo del objeto social de la empresa.
- Establecer y guiar reuniones permanentes que tengan como objetivo velar por el buen funcionamiento de la compañía.
- Generar incentivos a los colaboradores, logrando de esta manera una mayor efectividad en el desarrollo de sus funciones.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Profesional en Administración de Empresas, Economistas y demás profesionales de las áreas administrativas.
- Experiencia de cinco (5) años.

Contador:

Identificación:

NIVEL:	Jefe
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Contador
Nº. DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Oficina de Contabilidad
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

Propósito principal: Aplicar, analizar e interpretar la información contable y financiera de la empresa, con la finalidad de diseñar e implementar instrumentos y mecanismos de apoyo a las directivas de la organización en el proceso de Toma de decisiones.

Funciones Esenciales:

- Llevar los libros o registros de contabilidad de la empresa, registrando los movimientos monetarios de bienes y derechos.
- Registrar conforme a la normativa aplicable los movimientos u operaciones económicos que hace la compañía, de forma que se puedan publicar esos resultados con vistas a informar a accionistas, inversores, proveedores y demás personas interesadas.
- Preparar la presentación y certificación de las declaraciones e informaciones de carácter tributario que obliguen a la empresa.
- Velar por el correcto manejo y administración de los recursos financieros.
- Realizar los pagos de proveedores, recibir y coordinar el pago de clientes, recuperación de cartera, pago de impuestos, pagos a transportadores y empleados.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Profesional en Contaduría, Finanzas, Economistas y carreras afines.
- Experiencia de dos (2) años.

Jefe de mercadeo:

Identificación:

NIVEL:	Jefe
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Jefe de Mercadeo
N°. DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Oficina de Mercadeo
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

Propósito principal: Planificar y dirigir la política de la empresa en lo referente a productos, precios, promociones y distribución. Diseño de planes a corto, medio y largo plazo, determinando las prioridades y estrategias de los productos de la empresa. Acceder a los mercados como meta final en las mejores condiciones de competitividad y rentabilidad.

Funciones Esenciales:

- Definir los parámetros de comercialización (precios, descuentos, términos de plazos de pago) en base al análisis de la información que le suministran los vendedores acerca de la competencia (precios, políticas de ventas, ventajas

ofrecidas), para cubrir las necesidades del mercado, mejorando las ofertas de la competencia.

- Supervisar y dar lineamientos para la organización de la estructura de ventas de los productos y servicio de consumo a través de la estratificación de los diferentes clientes (en base al volumen de ventas, forma de pago, etc.) y de la planeación de las zonas y rutas de ventas (en base de la localización y cercanía de los clientes) diseñando así una estrategia de distribución.
- Supervisar el análisis de las necesidades del mercado de los clientes para detectar y desarrollar nuevos productos para presentar las propuestas de producción a la Gerencia y a la dirección técnica (tomando en cuenta la rentabilidad, volumen de producción, costo de producción, etc.), para su aprobación.
- Planificar, organizar, coordinar, y supervisar la implementación de las estrategias del mercado de los productos de consumo.
- Analizar la información del mercado y los productos, destacando oportunidades y recomendar las medidas correctivas necesarias.
- Organizar, coordinar, y controlar los planes de mercadeo de todos los productos a corto, mediano, y largo plazo.
- Coordinar y supervisar la ejecución de la estrategia publicitaria con agencia y medio de comunicación. Para promocionar lanzamientos que aumenten la participación en el mercado de los productos (nuevos y viejos).
- Supervisar y controlar la presentación de la predicción anual de ventas en los productos.
- Supervisar y controlar el análisis de la rentabilidad por presentación de las marcas y recomendar las acciones a tomar en base a las mismas.
- Coordinar y supervisar la elaboración del presupuesto operativo del área para su presentación, así como supervisar su ejecución una vez aprobado

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Profesional en Comercio Internacional o Mercadeo y carreras afines.
- Experiencia de dos (2) años.

Jefe de talento humano:

Identificación:

NIVEL:	Jefe
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Jefe de Talento Humano
N°. DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Oficina de Talento Humano
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

Propósito principal: El Jefe de Talento Humano se encarga del personal con el que la compañía cuenta. Comprende todo el recorrido que los trabajadores hacen en la empresa, es decir, desde su ingreso hasta el momento de su renuncia o despido. Además el Jefe de Talento Humano planea, organiza y coordina técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal.

Funciones Esenciales:

- Coordinar la Dependencia de Talento Humano.
- Realizar los trabajos de convocatoria, entrevista, selección, incorporación y motivación a los empleados de la organización para las áreas a las que pertenecen.
- Inducción del personal.
- Administración de salarios y sistemas de remuneración de personal (salario y prima).
- Comunicación interna, resolución de conflictos laborales e infundir las buenas relaciones laborales.
- Convenios colectivos.
- Servicios complementarios; comedores, servicios médicos, etc.
- Normas y reglamentos de régimen interior.
- Despidos de personal.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Profesional en Carreras Administrativas, Ingeniería Industrial, Derecho o Psicología, preferiblemente con especialización en Recurso Humano (No indispensable).

- Experiencia de tres (3) años.

Secretaria:

Identificación:

NIVEL:	Asistencial
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Secretaria
N° DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Oficina Gerente General
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

Propósito principal: Desarrollar funciones relacionadas principalmente con tareas mecanográficas o de digitación, atención al público, radicación de documentos y archivo en la dependencia, de conformidad con las normas vigentes, para la buena organización de la oficina.

Funciones Esenciales:

- Recepcionar toda la documentación y la correspondencia que sea recibida y enviada, radicarla y tramitar hacia la persona competente para su respuesta oportuna y satisfactoria.
- Radicar, registrar, despachar todos los oficios que se produzcan en la dependencia.
- Archivar técnica y ordenadamente la documentación.
- Elaborar a máquina y/o computadora la transcripción de los documentos e informes propios de la dependencia.
- Atender personal y telefónicamente al público y dar información precisa sobre las actividades de la dependencia.
- Velar por el correcto uso y tratamiento de los bienes y equipos que estén bajo su responsabilidad.
- Cumplir la Jornada y el horario de trabajo, de acuerdo a las directrices trazadas por el superior inmediato.
- Mantener conocimiento permanente y actualizado sobre las normas ICONTEC.
- Las demás funciones que le asigne el Jefe Inmediato.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller y certificado de haber aprobado un curso de computación.
- Experiencia de un (1) año.

Promotor de venta:

Identificación:

NIVEL:	Asistencial
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Promotor de Venta
Nº. DE CARGOS:	2
DEPENDENCIA:	Oficina de Mercadeo
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Mercadeo

Propósito principal: Se preocupan por difundir las características y beneficios, de manera que las personas se transformen en clientes leales, buscando convencer para lograr que las Harinas a base de Platano se demanden.

Funciones Esenciales:

- Impulsar los productos en los supermercados.
- Presentar ideas sobre cómo aumentar la rotación de los productos.
- Preparar informes sobre el comportamiento del consumidor frente a los productos que comercializa la empresa.
- Realizar pruebas de degustación de los productos en los supermercados.
- Entre otras actividades.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller.
- Experiencia mínima de seis (6) meses en ventas como impulsadoras.

Vigilante:

Identificación:

NIVEL:	Asistencial
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Vigilante

NO. DE CARGOS: 1
DEPENDENCIA: Área Administrativa
JEFE INMEDIATO: Gerente General

Propósito principal: Proteger y preservar la seguridad de la planta procesadora de Harina a base de Platano, especialmente de la maquinaria y equipos que en este se mantienen, así como la vigilancia permanente de todo el sitio, cuidar las entradas de personal y de personas ajenas a la empresa.

Funciones Esenciales:

- Asegurar la integridad de las instalaciones.
- Chequeo, revisión y atención del sitio.
- Limpiar su área de trabajo.
- Vigilar, reportar y resguardar las instalaciones.
- Vigilar los accesos de personal.
- Exigir la identificación Personal para poder acceder a las instalaciones de la empresa

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller y certificado de haber aprobado un curso de seguridad y vigilancia.
- Experiencia de un (1) año.

Aseadora:

Identificación:

NIVEL: Asistencial
DENOMINACION DEL EMPLEO: Aseador (a)
N°. DE CARGOS: 1
DEPENDENCIA: Área Administrativa
JEFE INMEDIATO: Gerente General

Propósito principal: Mantener el orden, la higiene y aseo del sitio, de acuerdo a las políticas y normas establecidas por la autoridad, para conservar muy limpio e higiénico las instalaciones y áreas asignadas que comprende la Empresa.

Funciones Esenciales:

- Prestar un excelente servicio de aseo a las Instalaciones de la Empresa.
- Mantenerlas instalaciones de la empresa limpias.
- Conservar el orden.
- Proporcionar una adecuada presentación de la empresa y de su contorno.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller
- Experiencia de un (1) año

C. Área de producción

Jefe de producción:

Identificación:

NIVEL:	Jefe
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Jefe de Producción
N°. DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Área de Producción
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

Propósito principal: Planificar, dirigir y coordinar las actividades de producción de la empresa, diseñando planes a corto, medio y largo plazo. Gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos y los niveles de calidad para garantizar un producto competitivo.

Funciones Esenciales:

- Elaborar y dirigir los planes de producción, la política de compras y logística de materias primas.
- Cooperar con la Oficina de Mercadeo para adaptar la producción a las necesidades del cliente.
- Planificar la fabricación según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones etc.

- Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título Profesional en Ingeniería Agroindustrial o Tecnólogo en Procesamiento de Alimentos.
- Experiencia de tres (3) años. Específicamente en procesamiento de alimentos.

Supervisor de proceso de cocción, pelado, porcionado y deshidratación del Plátano:

Identificación:

NIVEL: Supervisor
DENOMINACION DEL EMPLEO: Supervisor de Proceso de cocción, Pelado, porcionado y deshidratación del Platano.
N°. DE CARGOS: 1
DEPENDENCIA: Área de Producción
JEFE INMEDIATO: Jefe de Producción

Propósito principal: Cumplir con los objetivos de producción, tanto en calidad, cantidad y tiempo, así como verificar el uso adecuado de la herramienta asignada al personal para la cocción, pelado, porcionado y deshidratación del Platano.

Funciones esenciales:

Verificar asistencia del personal a su cargo (operarios a destajo).

- Toma y análisis de horario en la actividad de cocción, pelado, porcionado y deshidratación del Platano.
- Analizar el cumplimiento de las metas diarias.
- Tomar las medidas necesarias para cumplir con las metas de producción.
- Elaborar reportes de avance de corte e informar al gerente general de producción.
- Motivar a los operarios.
- Cumplir con las metas de producción diariamente.
- Prevenir y reparar fallas que deterioren la calidad del Platano.
- Solicitar personal cuando hagan falta.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller y certificado de haber aprobado un curso de Manipulación de Alimentos.

- Experiencia de un (1) año.

Supervisor de proceso de molienda, tamizado, pesado y empaque de la Harina:

NIVEL: Supervisor
DENOMINACION DEL EMPLEO: Supervisor de molienda, tamizado, Pesado y empaque de la Harina.
N°. DE CARGOS: 1
DEPENDENCIA: Área de Producción
JEFE INMEDIATO: Jefe de Producción

Propósito principal: Cumplir con los objetivos de producción, tanto en calidad, cantidad y tiempo, así como verificar el uso adecuado de la maquinaria y equipo asignada al personal para la molienda, tamizado, pesado y empaque de la Harina de Platano.

Funciones esenciales:

- Verificar asistencia del personal a su cargo (operarios a destajo y de planta).
- Toma y análisis de horario en las actividades de molienda, tamizado, pesado y empaque de la Harina de Platano.
- Controlar funciones del personal a cargo.
- Supervisar el peso y porción de cada caja de Harina de Platano, controlando el peso neto de la Harina de Platano.
- Vigilar el proceso de adición de Harina, supervisando que sea uniforme y continua.
- Verificar y Controlar la producción de las Máquinas Selladoras.
- Desarrollar y estandarizar parámetros de operación.
- Analizar el cumplimiento de las metas diarias.
- Motivar a los operarios.
- Cumplir con las metas de producción diariamente.
- Prevenir e informar sobre las fallas que se presenten en las maquinas utilizadas para el proceso de molienda, tamizado, Pesado y empaque que deterioren la calidad de la Harina de Platano.
- Solicitar personal cuando hagan falta.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Profesional en Controlista de maquinaria y procesos industriales, cursos de recursos humanos.
- Experiencia de dos (2) años en áreas de Producción o Mantenimiento.

Supervisor de bodega y despacho:

Identificación:

NIVEL:	Supervisor
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Supervisor de Bodega y Despacho
Nº. DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Área de Producción
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Producción

Propósito principal: Controlar y supervisar la operación de entrada y salida de productos de la bodega, asegurar las existencias y rotación de los productos, y manejo de inventarios.

Funciones esenciales:

- Asegurar el correcto movimiento de mercancía en el centro de distribución y en la entrega a clientes, a través de controles adecuados en despacho, recepción, facturación y transporte.
- Desarrollar planes de trabajo, tales como utilización del espacio, mejoras en la distribución, almacenaje, etc.
- Velar por el cumplimiento de los contratos de transportes vigentes.
- Velar por el cumplimiento del personal bajo su dependencia, de las normas y estándares de calidad tanto local como corporativa que afectan al área.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Profesional del área de Logística y Administración.
- Experiencia de tres (3) años en áreas de Producción o Mantenimiento.

Técnico de laboratorio industrial:

Identificación:

NIVEL:	Técnico
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Técnico de Laboratorio industrial.
Nº. DE CARGOS:	1
DEPENDENCIA:	Área de Producción
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Producción

Propósito principal: Realizar control de procesos y análisis químico de la materia prima y producto final, mejorando y controlando la calidad y condiciones óptimas del producto, Además del ensayo de prototipos y mejoras de la Harina a base de Plátano.

Funciones esenciales:

- Análisis de perfil cromatográfico (método de separación de los componentes de una mezcla de sustancias) de la materia prima, productos en proceso y productos terminados.
- Análisis del colesterol.
- Llenar correctamente los reportes de cromatografía, colesterol, asegurarse que los valores de las referencias se encuentren en los rangos permisibles.
- Asegurar el oportuno abastecimiento de estándares, consumibles, reactivos para cumplimiento de análisis.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Técnico de Laboratorio Industrial.
- Experiencia de un (1) año en Laboratorio.

Patinador auxiliar de planta:

Identificación:

NIVEL:	Asistencial
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Patinador Auxiliar de Planta.
Nº. DE CARGOS: 2	
DEPENDENCIA:	Área de Producción
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Producción

Propósito principal: Ayudar a los operarios en labores de limpieza y transporte de materia prima en cada una de las áreas de trabajo que se requiera, optimizando los procesos de la Harina a base de Platano, además entre otras funciones que especificara el jefe inmediato en su respectivo momento.

Funciones esenciales:

- Cargar y desplazar materia prima al área de producción.
- Ayudar a desplazar la materia prima previamente cocinada a las mesas de pelado, porcionado y deshidratado.
- Servir de apoyo a los operarios encargados de la limpieza de la materia prima en caso de que falte alguno de ellos.
- Mantener limpia las mesas y los espacios utilizados para el proceso de la Harina a base de Platano.
- Asistir a reuniones programadas por la supervisión del área.
- Realizar oficios varios asignados por el Jefe de Producción y brindar apoyo a otras áreas.
- Evacuación de todos los residuos de la planta.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller.
- Experiencia de un (1) año.

Operarios de planta:

Identificación:

NIVEL:	Asistencial
DENOMINACION DEL EMPLEO:	Operador de Producción.
Nº. DE CARGOS:	9
DEPENDENCIA:	Área de Producción
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Producción

Propósito principal: Los operarios por su parte tienen la responsabilidad de la actividad productiva bajo la supervisión del gerente de producción, es decir, del procesamiento de insumos y materia prima para la obtención de los productos, así como el apoyo incondicional al área de producción en cualquier actividad, es importante destacar que todos y cada uno de los operadores deben tener pleno conocimiento de todos los procesos, igualmente de las políticas internas de la compañía, de sus planes estratégicos, etc., para lograr los objetivos.

Funciones esenciales:

- Recepcionar las materias primas que llegan desde las veredas aledañas al Municipio de San Andrés de Tumaco.
- Realizar el proceso de clasificación y pesaje de la Materia Prima.
- Realizar el proceso de depuración de la Materia Prima.
- Inspeccionar que la materia prima se encuentre bien lavada y en condiciones óptimas para el proceso de cocción.
- Vigilar que la cocción de la materia prima este dentro de los parámetros establecidos garantizando la calidad del producto.
- Garantizar la correcta molienda, tamizado, pesado de la Harina.
- Ejecutar un adecuado serrado, asegurando la calidad del producto.
- Vigilar que la esterilización de la Harina se realice de forma correcta, eliminando todas las bacterias que puedan alterar la calidad del producto.
- Velar por la conservación del producto acorde a las condiciones del área de almacenamiento y las especificaciones técnicas del producto.
- Desarrollar la función de empaque del producto previamente seleccionado listo para ser comercializado al mercado local.
- Coordinarán los aspectos para el cargue del producto empacado y estibado en los vehículos dispuestos para el transporte.

Cabe anotar que a pesar de que es pertinente de que cada uno de los colaboradores de la empresa tenga conocimiento del trabajo que desempeñan sus

compañeros, cada operario se especializara en una actividad distinta, con la finalidad de adquirir pleno conocimiento de las actividades, agilidad, destreza, lo cual se debe transformar en eficiencia.

Requisitos de estudios y experiencia:

- Título de Bachiller.
- Experiencia de dos (2) años.

2.4.7 Tipo de organización. La empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” es una empresa productora y comercializadora de carácter privado y de responsabilidad limitada, empresa industrial dedicada a la transformación y comercialización de productos del sector agro de la costa pacífica en el municipio de Tumaco, especializada en la elaboración de Harina a base de Platano “**LA SABROSITA**”.

A. Requisitos de constitución de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”.

Para comercializar el producto de “Harina de Platano (**LA SABROSITA**)” elaborado a base de Platano en la ciudad de Tumaco, y entre en funcionamiento legal, se debe regular por un marco normativo “anti tramites.”

En el Artículo No. 1 del decreto establece cuales son los requisitos que debe exigir las autoridades a los comerciantes para su apertura y operación, es decir en este caso cuales son los requisitos que se debe cumplir para comercializar el producto en Tumaco para el montaje del puesto de venta:

- Matrícula mercantil vigente expedida por la cámara de comercio respectiva.
- Comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente, de acuerdo por lo dispuesto por la ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, solamente cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pagos por derechos de autor.

En este caso no exhibir los documentos anteriores, el propietario del establecimiento podrá ser sancionado por la autoridad de control competente en el artículo mencionado precisa que solo cuando “se ejecuten públicamente obras musicales” habrá pagado derechos de autor.

En el Artículo No. 2 del decreto establece los requisitos para su operación. Una vez abierto al público y durante su operación el propietario del establecimiento de comercio- además de los requisitos señalados en el artículo anterior deberá cumplir con:

- Las condiciones sanitarias descritas por la ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

En ningún caso ni la ley ni el decreto ha referido la obligación de exhibir documentos, conceptos, certificados o constancias distintas a los expresamente enumerados en la ley 232 de 1995.

Continúa diciendo la norma “por lo anterior ningún propietario de establecimiento podrá ser requerido o sancionado por las autoridades de control y vigencias de las actividades comerciales, o por la policía nacional si, cumpliendo con las condiciones definidas por la ley no exhibe documentos distintos a los previstos en el Artículo No. 1 del presente decreto. En consecuencia, se prohíbe exigir la tenencia y/o renovación de licencias de funcionamiento permisos, patentes, conceptos, certificaciones, como medio de prueba de cumplimiento de las obligaciones previstas por el legislador”.³⁹

B. Constitución de sociedad limitada.

Otorgantes, comparecientes con minuta:

(1).- **ROSERO CORAL MIGUEL JUNIOR**, varón, colombiano, mayor de edad, domiciliado y residente en esta ciudad e identificado con cédula de ciudadanía 1.087.127.398 de Tumaco, estado civil (soltero).

(2)- **RIASCOS PAREDES RONAL ADRIAN**, varón, colombiano, mayor de edad, domiciliado y residente en esta ciudad e identificado con cédula de ciudadanía 1.087.106.458 de Tumaco, estado civil (soltero).

(3)- Inversionista Anónimo.

(4)- Inversionista Anónimo.

Los anteriores mencionados, manifestaron su voluntad de constituir una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada que se regirá por los siguientes: ESTATUTOS.

ESTATUTOS

ARTICULO PRIMERO.- SOCIOS.- (ROSERO CORAL MIGUEL JUNIOR, RIASCOS PAREDES RONAL ADRIAN, Socio Anónimo (1), Socio Anónimo (2).

ARTICULO SEGUNDO.- RAZON SOCIAL.”HARINAS DEL PACIFICO LTDA.”

³⁹ BOLETÍN JURÍDICO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO. Numero.003 de 2009. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.camaradecomercio.com.co

ARTÍCULO TERCERO.- DOMICILIO, (Tumaco-Nariño), Podrá establecer Sucursales, Agencias y dependencias en otros lugares del país o del exterior conforme a la ley.

Dirección para notificaciones judiciales y Administrativas:

CALLE DEL COMERCIO SECTOR LA TAGUERA, Tel: 727-0622

Correo Electrónico: harinasdelpacifico@Gtmil.com

ARTICULO CUARTO.- DURACION.-DIES (10) AÑOS, contados a partir de la fecha de la presente escritura.

ARTÍCULO QUINTO.- OBJETO SOCIAL.- La sociedad tendrá como objeto principal las siguientes actividades:

(La empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” es una empresa productora y comercializadora de carácter privado y de responsabilidad limitada, empresa industrial dedicada a la transformación y comercialización de productos del sector agro de la costa pacífica en el municipio de Tumaco, especializada en la Harina a base de Platano).

ARTICULO SEXTO.- CAPITAL.

Dividido en (2) cuotas o partes de interés social, de un valor nominal de diez millones de pesos (\$10.000.000), cada una, las cuales corresponden a los socios en proporción a sus aportes, totalmente pagados y recibidos a satisfacción de la sociedad, conforme se describe a continuación:

SOCIOS	CUOTAS	VALOR
MIGUEL ROSERO CORAL	2	\$70.000.000
RONAL RIASCOS PAREDES	2	\$70.000.000
Socio Anónimo 1	2	\$70.000.000
Socio Anónimo 2	2	\$70.000.000
TOTALES	8	\$280.000.000

PARAGRAFO. La responsabilidad personal de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes.

ARTICULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS.- Las cuotas o partes de interés social no están representadas por títulos ni son negociables libremente en el mercado y solamente son cedibles mediante el otorgamiento de la correspondiente escritura pública de reforma estatutaria. No. 001

Toda cesión en cuanto a procedimiento y condiciones previas y finales se sujetará en un todo a lo previsto y ordenado por los Artículos 363 y siguientes del Código de Comercio.

PARAGRAFO.- La Sociedad llevará un Libro de Registro de Socios inscrito en la Cámara de Comercio del domicilio social, con los requisitos y para los efectos consagrados en el Código de Comercio.

ARTÍCULO OCTAVO.- ADMINISTRACION.- La administración de la sociedad corresponde en derecho a todos y cada uno de los socios, éstos la delegan expresamente en la Junta de Socios y ésta a su vez en la Gerencia.

CARGOS; GERENTE GENERAL, CONTADOR, JEFE DE MERCADEO, JEFE DE TALENTO HUMANO Y JEFE DE PRODUCCION.

ARTÍCULO NOVENO.- JUNTA DE SOCIOS - REUNIONES.- La Junta de Socios la constituyen todos los socios reunidos personalmente, representados por sus apoderados o mandatarios o en las formas autorizadas por la Ley, con el quórum requerido. Las reuniones de la Junta de Socios serán ordinarias o extraordinarias y se celebrarán en la sede social de la empresa. Las reuniones ordinarias tendrán lugar por lo menos una (1) vez al año en la fecha que determine la Junta, por convocatoria del Gerente, hecha mediante comunicación por escrito dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación y ellas tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre las distribución de utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer (1er) día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones extraordinarias de la Junta de Socios se efectuarán cuando la Gerencia o un número plural de socios o sus apoderados representantes de la cuarta (1/4) parte o más del capital social lo soliciten. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias.

Las reuniones de la Junta de Socios serán presididas por el Socio o apoderado del socio que designe la misma Corporación por mayoría de votos; el Presidente señalará la persona que debe actuar como Secretario y su nombramiento podrá recaer en cualquier persona sea o no Socio de la Compañía. Habrá quórum en la reunión de la Junta de Socios cuando concurra un número de ellos que

representen por lo menos el noventa por ciento (90%) de las cuotas inscritas del capital social.

En las reuniones de la Junta de Socios cada uno tendrá tantos votos como cuotas o partes de interés social posea en la Empresa y las decisiones que se adopten para que tengan validez, deberán ser aprobadas por la mayoría de los votos presentes o debidamente representados a menos que se trate de adoptar resoluciones referentes a la disolución y liquidación de la Compañía, reforma de sus estatutos o la aprobación de un traspaso de cuotas o partes de interés social a terceros, casos en los cuales dichas decisiones deberán ser aprobadas por un número de votos que representen por lo menos el setenta por ciento (70%) en que se encuentra dividido el capital social.

De todas las reuniones y decisiones de la Junta de Socios se dejará constancia en un Libro de Actas debidamente rubricado y foliado y cada acta será firmada por todos los concurrentes, el presidente y el secretario de la respectiva reunión. Cualquier resolución de la Junta de socios que entrañe una modificación a los estatutos sociales, cesión, disolución o liquidación será elevada a Escritura Pública.

ARTICULO DECIMO.- REUNIONES NO PRESENCIALES. Cada vez que los Socios puedan deliberar por cualesquiera medios de telecomunicaciones, las decisiones tomadas en las conferencias serán válidas y jurídicamente vinculantes. Las deliberaciones por telecomunicaciones deberán ser siempre sucesivas o simultáneas. La evidencia de la telecomunicación y de las resoluciones pertinentes, como una confirmación por fax o correo electrónico, se incluirá en las actas respectivas, de conformidad con los requisitos establecidos en estos Estatutos.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.- ATRIBUCIONES.- Son atribuciones de la Junta de Socios:

- a. Autorizar la reforma de los estatutos sociales.
- b. Nombrar al; GERENTE GENERAL, CONTADOR, JEFE DE MERCADEO, Y RECURSOS HUMANOS Y AL JEFE DE PRODUCCION.
- c. Reunirse ordinaria o extraordinariamente cuando lo estime conveniente o necesario.
- d. Aprobar o improbar los balances.
- e. Decretar la venta total de los bienes sociales.
- f. Decretar y distribuir las utilidades.
- g. Crear agencias, sucursales o filiales.
- h. Crear y proveer los cargos que la ley o los estatutos señalen.
- i. Acordar las reservas para la protección del capital social.
- j. Decretar la disolución y liquidación de la Sociedad.
- k. Aprobar la cesión de cuotas o partes de interés social.

- I. Las demás funciones que le corresponden como suprema autoridad directiva y administrativa de la Sociedad.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- GERENCIA.- El uso de la razón social de la Compañía y su representación legal y administrativa estarán a cargo de un Gerente con su respectivo Suplente, (o de los cargos que se creen) quien remplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales con las mismas facultades y atribuciones de éste, designados por la Junta de Socios. En el Gerente delegan los socios la personería de la empresa y su administración con las más amplias facultades dispositivas y administrativas.

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- FUNCIONES.- Además de los actos de disposición y administración concernientes al giro ordinario de las operaciones de la Sociedad, son atribuciones del Gerente:

- a. Representar legalmente a la sociedad y celebrar toda clase de actos o contratos sin límite de cuantía.
- b. Ejecutar las decisiones y órdenes de la Junta de Socios y convocarla cuando así lo requieran los intereses sociales.
- c. Custodiar los bienes sociales.
- d. Informar cada seis (6) meses a la Junta de Socios acerca de los negocios ejecutados y a ejecutarse.
- e. Rendir los informes respectivos y presentar los balances anuales correspondientes.
- f. Constituir apoderados o mandatarios que representen a la sociedad judicial administrativa o extrajudicialmente.
- g. Nombrar y remover los empleados de la sociedad que no sean de la competencia de la Junta de Socios y fijarles su remuneración.

ARTICULO DECIMO CUARTO.- BALANCE.- El treinta y uno (31) de Diciembre de cada año se cortarán las cuentas, se hará el inventario y se formará el balance de liquidación del respectivo ejercicio para ser sometidos al estudio y aprobación de la Junta de Socios; una vez aprobados, de las utilidades liquidas resultantes se destinará el diez por ciento (10%) para la constitución de la reserva legal que debe ascender al cincuenta por ciento (50%) del capital social. Además de la anterior reserva, la Junta de Socios podrá crear o decretar las que considere convenientes o necesarias, siempre y cuando tengan una destinación específica y se aprueben con la mayoría prevista en estos Estatutos. Una vez deducidas las reservas, el saldo restante de las utilidades se distribuirá entre los socios a prorrata de sus respectivos aportes.

Ninguno de los socios podrá retirar suma alguna de la Sociedad, salvo las utilidades que le correspondan después del balance actual respectivo. Los sueldos se estimarán como gastos generales de la Sociedad. Las pérdidas si las hubiere, se distribuirán igualmente entre los Socios en proporción a sus respectivos

aportes.

ARTICULO DECIMO QUINTO.- DISOLUCION.- La Sociedad se disolverá:

- a. Por expiración del término fijado para su duración o de las prórrogas que se hubieren acordado oportunamente;
- b. Si las pérdidas redujeran el capital de la sociedad y las reservas, a menos del cincuenta por ciento (50%) de aquél;
- c. Por decisión de todos los socios;
- d. Por cualquiera otra causa legal.

ARTICULO DECIMO SEXTO.- LIQUIDACION.- Disuelta la Sociedad, su liquidación se hará por el Gerente o por la persona o personas que la Junta de Socios designare. La liquidación se efectuará de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

PARAGRAFO.- Si al tiempo de la liquidación existieren bienes en especie para ser distribuidos entre los Socios, estos bienes se avaluarán por el liquidador y serán adjudicados a prorrata de lo que le corresponda a cada socio como utilidades o participación.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- MUERTE O INCAPACIDAD DE UN SOCIO.- En caso de muerte o incapacidad legalmente decretada de uno de los Socios, la sociedad continuará con sus herederos, quienes nombrarán una sola persona para que los represente.- Dentro de los treinta (30) días siguientes a la muerte del Socio, los demás tendrán derecho a adquirir las cuotas o aporte del fallecido, por el valor comercial en la fecha de su muerte.

Si no se llegare a ningún acuerdo respecto del precio y condiciones de pago, serán determinados por peritos designados por las partes. Si fueren varios los Socios que desearan adquirir, las cuotas se distribuirán entre ellos a prorrata de las que posean en la Sociedad.

ARTICULO DECIMO OCTAVO.- NOMBRAMIENTOS. Designase como Gerente de la sociedad a: MIGUEL JUNIOR ROSERO CORA, identificado con cédula de ciudadanía 1.087.127.398 de Tumaco, como Jefe de Mercadeo a RONAL ADRIAN RIASCOS PAREDES, identificado con cédula de ciudadanía 1.087.106.458 de Tumaco, Contador a WILLIAM ALEXANDER BEDOYA, identificado con cedula de ciudadanía 87.970.478 de Tumaco, Jefe de Talento Humano a ELIZABETH ANGULO, identificado con la cédula de ciudadanía 59.049.745 de Tumaco, y Jefe de Producción a JUAN CAMILO CASTILLO, identificado con cédula de ciudadanía 1.087.666.247 de Tumaco.

CLAUSULA COMPROMISORIA.- Los socios aceptan solucionar sus diferencias por trámite conciliatorio en la Notaría Única de Tumaco. En el evento que la

conciliación resulte fallida, se obligan a someter sus diferencias a la decisión de un tribunal arbitral, renunciando a hacer sus pretensiones ante los jueces, designando tres (3) árbitros, quienes podrán transigir y fallarán en equidad en un plazo máximo de ocho (8) días calendario.

2.5 ESTUDIO FINANCIERO PARA EL PLAN DE NEGOCIO

2.5.1 Inversión inicial

Cuadro 39. Inversión Inicial requerida

INVERSION REQUERIDA	
Descripción	Valor Total
Activos fijos	
Furgón pequeño con carrocería abierta marca DFSK (Ver cuadro n°27)	18.000.000
Terreno (Ver cuadro n°24)	55.000.000
Edificación (Ver cuadro n°24)	100.000.000
Furgón pequeño marca DFSK (Ver cuadro n°27)	20.000.000
Maquinaria y equipo (Ver cuadro n°26)	45.720.000
Muebles y equipos de oficina (Ver cuadro n°28)	5.800.000
Herramientas (Ver cuadro n°32)	2.173.600
Equipo de seguridad industrial (Ver cuadro n°32)	390.000
Subtotal	247.083.600
Gastos diferidos	
Estudio de factibilidad	1.000.000
Adecuación de la empresa (Ver cuadro n°26)	1.615.000
Gastos legales	500.000
Marketing mix	5.000.000
Imprevistos (6% de activo fijo)	14.825.016
Subtotal	22.940.016
Capital de trabajo	
Materia prima e Insumos*	12.272.000
Mano de obra*	22.651.034
Servicios públicos*	228.000
Subtotal	34.945.834
TOTAL	304.969.450

* Método del Ciclo Productivo

ICT = CO (COPD)

COPD = COSTO ANUAL EN CT/360 DIAS

CO (45 DIAS)

INVERSION	
Aporte Socios	82.341.751
Crédito Bancario	222.627.701
TOTAL PARA INVERTIR	304.969.450

Fuente: La presente investigación.

Para iniciar labores la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” debe incurrir en una inversión de **\$ 304.969.450** pesos M/Cte., del cual el 27% es aportado por los Socios, esta porcentaje es opcional, debido a que el número de participantes será el que definirá, este porcentaje solo se tomó como una estimación aproximada para definir el posible monto del crédito que se deba solicitar para la indagación de tasas de interés y plazos para los pagos en la entidades financieras.

Una de las inversiones más importantes y necesarias es la compra del terreno y edificación de la Planta de Producción, tanto en el área administrativa como en el área de producción, ya que si la empresa toma un espacio en arrendamiento la posibilidad de que al cumplirse los términos del contrato, en cuanto tiempo, se pueden presentar inconvenientes como solicitudes de desalojo y por ende movilizaciones de un lugar a otro ocasionando pérdida de tiempo y mayores gastos.

En el costo de maquinaria se puede observar que existe una gran inversión en maquinaria y equipo, esto con el fin de proveer a la empresa de Maquinaria de última generación, provista de los elementos que la vuelvan fácil de operar y confiable, logrando así una producción estandarizada y eficiente, con el menor consumo de productos y una gran capacidad de producción.

2.5.2 Proyección del capital de trabajo en términos constantes:

Cuadro 40. Inversión de capital en términos constantes

	INVERSION DE CAPITAL TERMINOS CONSTANTES					
	AÑOS					
DETALLE	0	1	2	3	4	5
CAPITAL DE TRABAJO	34.945.834	1.572.562	1.572.562	1.572.562	1.572.562	1.572.562

TIO 0,045
CAPITAL DE TRABAJO CON INTERES 33.373.272

Fuente: La presente investigación.

2.5.3 Costos y gastos de producción. Para el funcionamiento de la Empresa “HARINAS DEL PACIFICO” se debe incurrir en unos determinados costos y gastos, entre ellos el costo de materia prima, insumos, mano de obra directa, el pago de servicios públicos, el salario mensual del administrador, papelería, transporte, depreciación de maquinaria y equipos y demás obligaciones laborales. En el Cuadro No. 40 se detallan los costos y gastos en que se incurren por cada uno de estos conceptos y el valor total, tanto de los costos fijos y de los costos variables.

Cuadro 41. Detalle de costos y gastos de producción

Descripción	Costo Anual	Costos Variables	Costos Fijos
Costos de Producción			
Materia Prima e Insumos	147.264.000	147.264.000	
Mano de Obra Directa	183.231.408	183.231.408	
Mano de Obra a Destajo	48.501.120	48.501.120	
Subtotal	378.996.528	378.996.528	
Gastos Generales de Fabricación			
Servicios Públicos	2.000.000	2.000.000	
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	6.700.000	6.700.000	
Depreciación			
Maquinaria y Equipo	4.572.000		4.572.000
Transporte por Carretera	2.200.000		2.200.000
Herramientas	468.100		468.100
Subtotal	7.240.100	8.700.000	7.240.100
Gastos en Administración			
Sueldo Personal Administrativo	75.600.000		292.170.240
Suministro de Oficina	2.000.000		2.000.000
Depreciación de Edificio	5.000.000		5000.000
Depreciación Muebles y Equipos de Oficina	580.000		580.000
Subtotal	83.180.000		83.180.000
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	10.000.000	10.000.000	
Subtotal	10.000.000	10.000.000	
Gastos de Distribución			
Transporte	6.000.000	6.000.000	
Depreciación de Vehículo	3.800.000		3.800.000
Mantenimiento Vehicular	1.000.000		1.000.000
Subtotal	10.800.000	6.000.000	4.800.000
TOTAL COSTO ANUAL	490.216.628	403.696.528	95.220.100

Fuente: La presente investigación.

2.5.4 Precio de venta de la Harina de Platano “LA SABROSITA”

Cuadro 42. Detalle de precio de venta

COSTO UNITARIO HARINA DE PLATANO " LA SABROSITA"	
Costo fijo unitario	574
Costo variable unitario	2.432
Costo total unitario	3.006
Precio de venta	3.908

Fuente: La presente Investigación

Una vez determinado los costos fijos y variables se pudieron determinar el precio de venta de la Harina de Platano “**LA SABROSTA**” (**3.908 Kg**), los cuales tienen un margen de ganancia del 30%, con lo cual se puede definir que la Harina puede competir en el mercado local, teniendo como referencia los precios de la competencia, cabe aclarar que el precio que se presenta en el anterior cuadro es el precio de venta a los supermercados y este precio variara de acuerdo al margen de ganancia que maneje cada supermercado.

2.5.5 Presupuesto de egreso por años

Cuadro 43. Determinación del presupuesto de egreso por años.

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES					
I. COSTO DE PRODUCCION	1	2	3	4	5
1. COSTO PRIMO					
*Mano de Obra directa	183.231.408	183.231.408	183.231.408	183.231.408	183.231.408
*Materia Prima	147.264.000	147.264.000	147.264.000	147.264.000	147.264.000
*Depreciación de Maquinaria y Equipo	4.572.000	4.572.000	4.572.000	4.572.000	4.572.000
SUB TOTAL	335.067.408	335.067.408	335.067.408	335.067.408	335.067.408
2. GASTOS GERENCIALES DE FABRICA					
*Materiales Indirectos					
*Servicios Públicos	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
*Mantenimiento Maquinaria y Equipo	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000
*Depreciación de Herramientas	468.100	468.100	468.100	468.100	468.100
SUB TOTAL	9.168.100	9.168.100	9.168.100	9.168.100	9.168.100
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	344.235.508	344.235.508	344.235.508	344.235.508	344.235.508
II. GASTOS DE OPERACIÓN					
1. GASTOS DE ADMON					
*Útiles y Papelería	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
*Depreciación de Muebles y Equipos de oficina	580.000	580.000	580.000	580.000	580.000
SUB TOAL	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000
2. GASTOS DE VENTA					
*Promotor de Ventas	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
*Transporte de Mercancías	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
*Publicidad y Promoción	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
SUB TOTAL	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000	11.500.000
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	14.080.000	14.080.000	14.080.000	14.080.000	14.080.000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	358.315.508	358.315.508	358.315.508	358.315.508	358.315.508

Fuente: La presente investigación.

2.5.6 Presupuesto de ingresos por años:

Cuadro 44. Determinación del presupuesto de ingresos.

INGRESOS					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Precio de Harina de Platano " LA SABROSITA"	3.908	3.908	3.908	3.908	3.908
Cantidades estimadas	114.043	117.555	121.176	124.908	128.755
INGRESOS TOTALES	445.680.044	459.404.940	473.555.808	488.140.464	503.174.540

Fuente: La presente investigación.

2.5.7 Punto de equilibrio:

Cuadro 45. Determinación del punto de equilibrio

HARINA DE PLATANO "LA SABROSITA"	
Costos fijos totales	95.220.100
Precio de venta unitario	3.608
Costo variable unitario	2.432
Punto de equilibrio Total	86.186

Fuente: La presente investigación.

La empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**" debe producir **86.186** unidades para no perder y poder cubrir costos operacionales de la empresa.

2.5.8 Flujo neto de operación:

Cuadro 46. Determinación del flujo neto de operación.

FLUJO NETO DE OPERACIÓN TERMINOS CONSTANTES					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	445.680.044	459.404.940	473.555.808	488.140.464	503.174.540
COSTOS OPERACIONALES	358.315.508	358.315.508	358.315.508	358.315.508	358.315.508
UTILIDAD OPERACIONAL	87.364.536	101.089.432	115.240.300	129.824.956	144.859.032
IMPUESTOS	-	25.272.358	28.810.075	32.456.239	28.714.758
UTILIDAD NETA	87.364.536	75.817.074	86.430.225	97.368.717	116.144.274
FLUJO NETO OPERACIONAL	87.364.536	75.817.074	86.430.225	97.368.717	116.144.274

Fuente: La presente investigación.

2.5.9 Flujo neto de inversiones:

Cuadro 47. Determinación del flujo neto de inversión sin financiación.

FLUJO NETO DE INVERSIONES						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSION FIJA TOTAL	-304.969.450					
CAPITAL DE TRABAJO	-34.945.834	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-339.915.285	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562

FLUJO NETO FINANCIERO DEL PROYECTO SIN FINANCIACION (TERMINOS CONSTANTES)						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE INVERCION	-339.915.285	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		87.364.536	75.817.074	86.430.225	97.368.717	116.144.274
FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO	-339.915.285	85.791.974	74.244.512	84.857.663	95.796.155	114.571.712

TIR=35%

Fuente: La presente investigación.

2.5.10 Financiación del proyecto. Teniendo en cuenta que el aporte de los socios es del 27% (\$82.341.751) del total de la inversión, significa que la empresa “**LA SABROSITA**” debe incurrir en un crédito para financiar el resto del proyecto el cual será del 73% (\$222.627.701), hay que tener en cuenta que este porcentaje es opcional, debido a que depende del monto que los socios inviertan, este porcentaje solo se tomó como una estimación aproximada, para definir el posible monto del crédito que se deba solicitar.

Cuadro 48. Determinación de la amortización.

FINANCIACION DEL PROYECTO				
DEUDA	222.627.701			
TASA DE INTERES	23%			
PERIODO	5			
\$ 79.411.395,35				
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				222.627.701
1	79.411.395	51.204.371	28.207.024	194.420.677
2	79.411.395	44.716.755	34.694.640	159.726.037
3	79.411.395	36.736.988	42.674.407	117.051.630
4	79.411.395	26.921.874	52.489.521	64.562.109
5	79.411.395	14.849.285	64.562.109	0

Fuente: La presente investigación.

Calculo de cuota anual:

$$R = [(i)(c)] / (1 - (1+i)^{-n})$$

Crédito= 222.627.701

i=23%Anual

n= 5 años

R= Cuota?

R= **79.411.395**

Cuadro 49. Determinación del flujo neto operacional con financiación

FLUJO NETO OPERACIONAL CON FINANCIACION TERMINOS CONSTANTES					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	445.680.044	459.404.940	473.555.808	488.140.464	503.174.540
COSTOS OPERACIONALES	358.315.508	358.315.508	358.315.508	358.315.508	358.315.508
UTILIDAD OPERACIONAL	87.364.536	101.089.432	115.240.300	129.824.956	144.859.032
MENOS GASTOS FINANCIEROS	51.204.371	44.716.755	36.736.988	26.921.874	14.849.285
UTILIDAD GRAVABLE	36.160.165	56.372.677	78.503.312	102.903.082	130.009.747
IMPUESTO	-	14.093.169	19.625.828	25.725.770	32.502.436
FLUJO NETO OPERACIONAL	36.160.165	42.279.508	58.877.484	77.177.312	97.507.311

Fuente: La presente investigación.

Cuadro 50. Determinación del flujo neto de inversión con financiación.

FLUJO NETO DE INVERSIONES						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
INVERSION FIJA TOTAL	-304.969.450					
CAPITAL DE TRABAJO	-34.945.834	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-269.750.616	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIACION						
TERMINOS CONSTANTES						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE INVERSION	-269.750.616	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON FINANCIACION		36.160.165	42.279.508	58.877.484	77.177.312	97.507.311
FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO	-269.750.616	34.587.603	40.706.946	57.304.922	75.604.750	95.934.749

TIR=24%

Fuente: La presente investigación.

Cuadro 51. Estado de resultados

HARINAS DEL PACIFICO NIT N° 1.087.127.398-1 ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS ENERO A DICIEMBRE 31/2012			
VENTAS			445.680.044
Costo de Ventas			378.996.528
Utilidad Bruta			66.683.516
GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACION Y VENTAS			
Gatos de Administración		303.978.240	
Gastos de Venta		15.000.000	
Gastos de Producción		12.632.100	
GASTOS NO OPERACIONALES			14.080.000
GASTOS FINANCIEROS		64.407.242	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO			52.603.516

MIGUEL ROSERO CORAL

Representante Legal

CC.: 1.087.127.398

Fuente: La presente investigación.

WILLIAM ALEXANDER BEDOYA

Contador Público TP. 28435-T

CC: 87.970.478

Cuadro 52. Balance general de la empresa

HARINAS DEL PACIFICO NIT N° 1.087.127.398-1 BALANCE GENERAL A ENERO Y DICIEMBRE DE 2012	
CONCEPTO	AÑO 1
ACTIVOS CORRIENTES	
Efectivo	445.680.044
Deudores	
Inventario	
Otros Activos	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	445.680.044
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	
Edificaciones	100.000.000
Terreno	55.000.000
Maquinaria y Equipo	45.720.000
Muebles, Enseres y Equipos de oficina	5.800.000
Equipos de Transporte	38.000.000
Herramientas	2.173.600
Equipo de Seguridad Industrial	390.000
Menos Depreciación Acumulada	42.979.100
TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	204.104.000
TOTAL ACTIVOS	649.784.044
PASIVOS	
Pasivo Corriente	
Obligaciones Financieras	
Cuentas x Pagar	
Impuestos por Pagar	
Acreedores Varios	
Obligaciones Laborales	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligación Financiera Bancaria	79.411.395
Obligaciones Financieras (Leasing)	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	79.411.395
TOTAL PASIVO	79.411.395
PATRIMONIO	
Capital Social	82.341.751
Reserva	10.000.000
Resultado del Ejercicio	52.603.516
Resultado de Ejercicios Anteriores	
TOTAL PATRIMONIO	144.945.267
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	224.356.662

Fuente: La presente investigación.

2.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PLAN DE NEGOCIOS

2.6.1 Análisis de sensibilidad. Para el presente plan de negocios se debe considerar situaciones extremas en donde se analice la viabilidad del proyecto en escenarios favorables, adversos y regulares; por tanto, para simular situaciones en medio de los cuales se observa el comportamiento del flujo de caja, se pretende modificar el valor a una variable clave que se considera susceptible de cambiar por razones impredecibles y que de verse afectada ocasionaría severos problemas a la empresa.

Ya se observó que en condiciones ideales, donde la demanda potencial es suplida, los ingresos de operación son recibidos en su totalidad y dentro de los plazos establecidos, que los materiales para la producción se mantengan en los precios establecidos en el estudio financiero, que el valor de la mano de obra no se incremente, que la maquinaria con la cual contamos permanezca en óptimas condiciones y permita sacar la producción estimada, el proyecto mostraría un flujo de caja favorable con excedentes de efectivo al final de cada año de funcionamiento; pero es importante darse cuenta que estas variables dependen de variables ajenas a la organización por tanto difíciles de ser controladas.

Es por eso que las materias primas e insumos se consideran variables de mayor importancia y sobre la cual se realizara el presente análisis de sensibilidad para observar su comportamiento y determinar qué tan recomendable seria la puesta en marcha del presente proyecto. Por lo tanto se considera un incremento del 10% en la materia prima e insumos, dando como resultado los siguientes Flujos Netos de Inversión:

Cuadro 53. Flujo neto del Proyecto sin Financiación

FLUJO NETO DE INVERSIONES						
AÑOS						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
INVERSION FIJA TOTAL	-304.969.450					
CAPITAL DE TRABAJO	-34.945.834	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-269.750.616	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562

FLUJO FINANCIERO DEL PROYECTO SIN FINANCIACION TERMINOS CONSTANTES						
AÑOS						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE INVERSION	-339.915.285	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		87.364.536	75.817.074	86.430.225	97.368.717	116.144.274
FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO	-339.915.285	85.791.974	74.244.512	84.857.663	95.796.155	114.571.712

TIR	35%
VPN	315.977996

Fuente: La presente investigación.

En el Cuadro No. 52. Flujo Financiero Neto del Proyecto Sin Financiación refleja una Tasa de Interés del **35%** lo cual representa que el proyecto es viable financieramente porque La tasa de interés de oportunidad es del **20%** según lo establecido en el mercado, lo anterior indica que los recursos financieros se reinvierten anualmente en el **35%**. Lo cual quiere decir, que es un proyecto que a pesar de tener una inversión alta es supremamente aceptable y muy generoso económicamente hablando.

En cuanto al cálculo del Valor Presente Neto en el flujo neto de inversión sin financiación a una tasa del **20%** es igual a **\$315.977996** , lo cual es aproximadamente igual a la inversión, de igual manera como este valor es positivo mayor que "0", por lo tanto se considera que el proyecto es viable.

Cuadro 54. Flujo neto del proyecto con financiación

FLUJO NETO DE INVERSIONES						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSION FIJA TOTAL	-304.969.450					
CAPITAL DE TRABAJO	-34.945.834	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-269.750.616	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIACION						
TERMINOS CONSTANTES						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE INVERSION	-269.750.616	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562	-1.572.562
FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON FINANCIACION		36.160.165	42.279.508	58.877.484	77.177.312	97.507.311
FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO	-269.750.616	34.587.603	40.706.946	57.304.922	75.604.750	95.934.749

TIR	24%
VPN	\$169.971.856

Fuente: La presente investigación.

En el Cuadro No. 53. Flujo Financiero Neto del Proyecto con Financiación nos da una Tasa de Interés del **24%** lo cual representa que el proyecto aún sigue siendo viable si es financiado con un crédito bancario, porque la tasa de interés de oportunidad es del **20%** según lo establecido en el mercado, lo anterior nos indica que los recursos financieros se reinvierten anualmente en el **24%**. En cuanto al cálculo del Valor Presente Neto en el flujo neto de inversión con financiación a una tasa del **20%** es igual a \$ **169.971.856**, lo cual es aproximadamente igual a la inversión, de igual manera como este valor es positivo mayor que "0", por lo tanto se considera que el proyecto es viable Como se puede observar al incrementar las materias primas e insumos en un **10%** del valor inicial, los flujos financieros disminuyen, tanto en el cuadro del Flujo Neto sin Financiación como en el de con Financiación, resaltando que aun con este incremento el proyecto sigue resultando viable.

2.6.2 Viabilidad económica del proyecto. Dentro de este análisis se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y los costos estimados del proyecto, si este es viable desde el punto de vista económico y si se recomienda su implementación.

Para el análisis utilizaremos la razón **Costo/Beneficio**:

RELACION COSTO BENEFICIO	7,20
---------------------------------	------

Como se puede observar la razón costo beneficio es mayor a uno, dando como resultado **7.20**, lo cual indica que hay **720** pesos de beneficio por cada 100 pesos de costo.

Por lo tanto se puede concluir que la viabilidad económica se ve demostrada para la implementación del proyecto ya que como se ha demostrado, los análisis de sensibilidad, los valores presente netos, las tasas internas de retorno y por último la razón costo/beneficio nos muestran unas condiciones favorables en condiciones extremas.

2.6.3 Evaluación social. El montaje de una planta procesadora y comercializadora de Harina de Platano en el Municipio de San Andrés de Tumaco, Departamento de Nariño, representa para la población en general una importante posibilidad de desarrollo, social y económico; especialmente para el sector que está directamente vinculado con la actividad (sector agrícola), y además indirectamente beneficia a todos los sectores y actividades que de una u otra manera intervienen con la actividad económica del municipio (comercio, generación de empleos, inseguridad, etc.)

El proyecto, de la misma manera impulsara el desarrollo empresarial del Municipio, el cual ha tenido en los últimos años un decrecimiento sustancial a causa de diversos factores como la inseguridad y el orden público, que ha provocado el cierre de empresas que anteriormente tenían un valor social significativo, y con su cierre dejaron al municipio sumido en problemas de desempleo, inseguridad, decadencia trascendental en el nivel de vida de las familias y el debilitamiento de la actividad económica en general.

El beneficio no solo está representado en los ingresos de la producción de la Harina de Platano "**LA SABROSITA**" que se genere para la empresa "**HARINAS DEL PACIFICO**", sino en la utilización de la mano de obra familiar en las actividades propias de la siembra y producción del Platano con lo cual se establece una fuente de empleo.

Los componentes, transformación y comercialización se crearán más de 40 empleos directos.

De otro lado la puesta en marcha del proyecto, trae consigo la transferencia de tecnología y el fortalecimiento organizativo de las Asociaciones, Centros de Acopios ya existentes con lo cual se busca sentar las bases del desarrollo en el

Municipio de Tumaco.

La dinamización de la economía del Municipio es otra consecuencia íntimamente relacionada con la puesta en marcha de la planta por la generación de empleo que implica. El mejoramiento de la calidad de vida de las familias que habitan el área de influencia del proyecto será otro aspecto importante que se deriva de la operación de la planta.

2.7 PLAN OPERATIVO PARA EL PLAN DE NEGOCIOS

El Plan Operativo, es un documento previo al lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia la importancia de un Plan Operativo para la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, productora y comercializadora de Harina de Platano “**LA SABROSITA**”, por lo cual se puede decir que si la empresa no planea no estará orientada en el mercado que intenta posicionarse.

De igual manera para la estructuración del Plan Operativo, se requiere realizar un Plan de Mercadeo, para ello, se desarrollan primordialmente unas matrices que permitan tener una visión clara de la situación actual de la empresa, por consiguiente es de vital importancia aclarar que las matrices fueron necesarias desarrollarlas en el Estudio de Competitividad detectando un ambiente interno y externo para la empresa a constituirse en el presente Plan de Negocios, por lo tanto servirán de referencia para el Plan Operativo.

El Plan Operativo, para la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” permite establecer a través de un Plan de Acción; objetivos, metas y una serie de tácticas pertinentes y necesarias para promocionar la existencia de la Harina de Platano, la cual se desempeña en el mercado del sector de alimentos.

2.7.1 Diagnostico. Para la formulación de efectivas estrategias, se tiene en cuenta el desarrollo de las matrices mencionadas anteriormente, las cuales permitieron tener mayor claridad del estado actual de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”.

2.7.2 Situación Actual de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”. Como resultado de la aplicación de la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI), se concluye que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” a constituirse

mediante el Plan de Negocios se proyecta con una fuerte posición interna, y con mínimas debilidades, de igual manera es importante tratar de subsanar las falencias que presenta la empresa en aras de ser sólidamente fuerte y competitiva.

Una vez implementada la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE), se concluye que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” a constituirse mediante el Plan de Negocios se proyecta con una posición externa atractiva, la empresa tiene cierto grado de atractividad con posibilidades de consolidarse y crecer en el mercado del Sector de Alimentos, específicamente con la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” aunque existan un sinnúmero de marcas que se consideran su competencia directa e indirecta.

La Matriz del Perfil Competitivo (MPC) indica que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” que proyecta producir y comercializar Harina de Platano “**LA SABROSITA**” presenta una posición muy competitiva (Fuerte) en el mercado de local.

Cabe recordarse que como es una empresa pionera no presenta un porcentaje de participación en el sector de alimentos “Harina de Platano” por lo tanto se hace necesario realizar estrategias de manera inmediata que permita el reconocimiento y aceptación de la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” logrando competitividad.

2.7.3 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter. Este análisis permitirá conocer el entorno competitivo en el sector a que se debe enfrentar la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”.

A. Amenaza de entrada de nuevos competidores. Las barreras que impiden el ingreso de nuevos competidores son muy altas, ya que radica en los cumplimientos de normas de calidad INCONTEC, lineamientos de tipo sanitario, normas para su procesamiento y transporte, entre otras.

Sin embargo, existe la posibilidad de que nuevos competidores ingresen al mercado, específicamente competidores extranjeros, los cuales manejan economía a escala y poseen certificaciones como la ISO 9001 entre otras, precios bajos entre otros factores que les permite el ingreso a este sector.

B. Rivalidad entre los competidores. Cuando se trata de productos de consumo masivo, como los es la Harina de Platano, se encuentra una rivalidad entre competidores muy fuerte, marcas como Soya plátano, Colombiharina, Plátano orienta, Calimarina, Súper baby, etc., e incluso las marcas propias manejadas en ciertos supermercados de gran reconocimiento, están fuertemente posicionadas en el mercado, productos de excelente calidad, publicidad agresiva en medios de mayor audiencia, etc. Por lo cual, la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” debe

hacer rigurosos esfuerzos, para ganar participación con la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” en el mercado de la ciudad de Tumaco.

C. Poder de negociación de los proveedores. El poder de negociación de los proveedores (abastecedores de materia prima) de la empresa “**HARNAS DEL PACIFICO**” a constituirse en el Plan de Negocios se perfila como alto, ya que existen un sinnúmero de proveedores de la materia prima ubicados en la zona urbana y rural del municipio de Tumaco, cabe mencionar que los proveedores estarían dispuestos a vender su producción a la nueva empresa siempre y cuando se garantice precios favorables.

D. Poder de negociación de los compradores. Para las empresas con marcas Soya plátano, Colombiharina, Plátano orienta, Calimarina, Súper baby, etc. los canales de distribución poseen mucho poder de negociación, ya que los canales de distribución, son sumamente importantes a la hora de que el consumidor adquiera los productos, estos les otorgan poder para solicitar beneficios como descuento etc., e imponen requisitos para poder ofrecer los productos.

Para la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, el poder de negociación de los compradores, no constituye una amenaza, ya que se debe generar la negociación con los Supermercados bajo parámetros de Ganar y Ganar.

E. Amenaza de ingreso de productos sustitutos. La amenaza de ingresos de productos sustitutos es relativa, ya que, aunque tienen la función de satisfacer las mismas necesidades de la Harina de Platano “**LA SABROSITA**” cada uno de estos productos tiene gran nivel de demanda en el mundo.

2.7.4 Plan de Mercadeo – empresa “HARINAS DEL PACIFICO”

El presente plan con la finalidad de lograr los objetivos de mercadeo de la empresa **Harinas del pacifico**, en el cual se tendrá en cuenta el ciclo de vida del producto con el propósito de implementar las estrategias más acorde y actividades pertinentes optimizando los recursos financieros destinados para obtener una rentabilidad favorable para la empresa.

Situación actual de la Industria: “Para determinar la situación actual de la industria de las harinas se realizó en virtud de la analogía del crecimiento, a través de un análisis sobre el sector industrial de las harinas”.⁴⁰

⁴⁰ HARINAS EN COLOMBIA. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <https://www.google.com.co/search?q=estadisticas+de+venta+de+harinas+en+colombia&espv=2&biw=1350&bih=635&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=DANE>

Grafico 12. Ventas - COP



Fuente: DANE

Con relación a la anterior información sobre las ventas generadas en el sector de las harinas se procede a calcular el ciclo de vida del producto realizando la siguiente formula:

$$i = [(V_f / V_i)^{1/p}] - 1$$

V_f= valor final

V_i= valor inicial

P= periodos

i= ciclo del producto

$$i = [(245.853.246 / 138.956.105)^{1/5}] - 1 = 12,08\%$$

El siguiente resultado evidencia que el producto se encuentra en etapa crecimiento por las siguientes razones:

= 5% etapa de madurez

i > 10% etapa de crecimiento

i < 5% etapa de introducción

i ≤ 0% etapa de declive.

En cuanto a la Harina de Platano por ser un producto de gran trayectoria en el mercado, podemos deducir que el producto está en la etapa de crecimiento, cabe mencionar que la empresa **HARINAS DEL PACIFICO** con su producto harina de Platano "**LA SABROSITA**" se encuentra en etapa de introducción por ende se implementaran estrategias como la penetración de mercado que le permitan ser competitivas logrando un porcentaje relativo de participación en el sector.

Análisis de Amenazas Y Oportunidades: En este contexto de acuerdo a la matriz MEFE (ver cuadro 2) se pudo deducir que la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” a constituirse mediante el plan de negocios con una posición externa atractiva, de igual manera es importante precisar que la empresa presenta barreras, las cuales hacen que tenga dificultad para su pleno desarrollo, el cual es generado por las tendencias competitivas que ofrecen harinas a precios altos, incidentes en su inmediata adquisición, como lo es el caso de la marca (**COLOMBIHARINA, SOYA PLATANO, PLATANO ORIENTAL**, etc.), las cuales presentan una alta demanda en la ciudad donde pretende incursionar la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, lo cual repercute en el nivel de participación que busca la empresa alcanzar.

El Crecimiento constante de la tasa de natalidad en la ciudad de Tumaco es de vital importancia para la empresa, la cual pretende incursionar al mercado mediante su marca “**HARINAS DEL PACIFICO**” podrá marcar la diferencia y ser competitiva en el sector de alimentos (a base de harinas), debido a que existen clientes potenciales dispuestos a adquirir y consumir el producto “**LA SABROSITA**” y por consiguiente es muy escasa la existencia de empresas competidoras en harinas fabricadas en el municipio.

La facilidad para acceder a créditos financieros es una gran oportunidad a la cual se debe acoger la empresa, lo cual se ve inmerso dentro del gran apoyo de entidades gubernamentales que buscan contribuir a la formación y desarrollo de microempresas, apoyo primordial para la empresa con el ánimo de solventarse económicamente y poder adquirir tecnología pertinente para mejorar el proceso productivo con el fin de generar competitividad.

El Municipio de San Andrés de Tumaco se ha caracterizado por tener una cultura de pancoger (siembra de productos agrícolas), por consiguiente es obligación de la Empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” aprovechar el alto número de veredas del municipio dedicadas a esta actividad a fin de obtener la suficiente materia prima para satisfacer la demanda potencial. En últimas es menester de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**”, tratar de aprovechar las oportunidades y generar planes de contingencia para poder contrarrestar las amenazas, lo cual se logra con un pensamiento estratégico.

Objetivos Generales: Obtener una participación de un 60% del total de la Demanda Insatisfecha para el año 2017.

Estrategia General de Mercadeo: Penetración de mercado, su ejecución se orienta a realizar mayores esfuerzos de marketing con el objetivo de incrementar la venta de la Harina de Platano en los mercados existentes, con el fin de lograr una estabilidad o incrementar la rentabilidad de la empresa.

Estrategias y Plan de Acción para la Mezcla de Mercadeo: De acuerdo a los resultados de la matriz MCPE, se estableció aplicar las dos estrategias para el producto ya que tienen una estrecha relación en el logro del objetivo general, estas estrategias consisten en la **penetración del mercado y el desarrollo del producto**, las cuales van a llevar a la empresa **HARINAS DEL PACIFICO** hacer una empresa más competitiva.

Penetración de Mercado: La implementación de esta estrategia conlleva al desarrollo de la demanda primaria que consiste en aumentar la tasa de penetración donde se pretende a través de la presentación del producto de 250grs aumentar el volumen de consumo y de esta forma la empresa **HARINAS DEL PACIFICO** alcance una participación de mercado en la ciudad Tumaco con su producto actual, mediante los esfuerzos de marketing.

Desarrollo de Productos: De acuerdo a esta estrategia la empresa **HARINAS DEL PACIFICO** busca aumentar las ventas desarrollando productos nuevos para comercializarlos en los mercados locales y nacionales y definir las estrategias más adecuadas para las variables del marketing mix. El desarrollo del producto implica el diseño del logotipo, la etiqueta, la marca entre otros.

Programa de producto para la Harina de Platano: el programa está dirigido a la creación de la marca, diseño de la etiqueta, envase esto con el fin de mejorar la presentación del producto para que sea más atractivo al consumidor generando mayor demanda y recordación de la marca

Marca: mediante una lluvia de ideas se creó el nombre de la marca que es "*Harina de Platano la Sabrosita*", se asignó este nombre con el objetivo de que los consumidores relacionen el producto con la región y que se trata de un producto elaborado con los más altos estándares de calidad, y el eslogan "Tu alimento hecho en casa".

Etiqueta: Estará impreso en papel barnizado en policromía; Amarillo, Azul, Naranja y Verde, en este serán consignados los siguientes datos: Marca, peso, teléfono, dirección, y licencia de funcionamiento del fabricante, código de barras, recetario, información nutricional, lote y el logotipo. (Ver figura N° 2).

Material del envase de la harina de plátano. Es de cartón, protegida por otro envase plástico sellado al vacío que es donde se encuentra la harina de plátano.

Sistema de conservación de la Harina de Plátano: Será un producto envasado en un recipiente hermético, sellado al vacío y totalmente estéril en su interior.

Actividades:

- a) Solicitar propuestas de diseños de etiqueta y empaque a estudiantes del programa de diseño gráfico de la universidad de Nariño. \$1.800.000
- b) Definir tamaños adecuados para los productos.
- c) Realización de pedidos de etiquetas y empaques

Programa de precio para la Harina de Platano: el precio es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto.

Para la fijación de precio la empresa debe tener en cuenta los factores externos como la competencia y también los internos como el costo de producción, el margen de utilidad esperada, el segmento del mercado a quien va dirigido y la estrategia que se pretende implementar en el plan de mercadeo.

Con el propósito de tener una penetración rápida y eficaz en el mercado de Tumaco los precios serán bajos para posicionar la Harina de Platano como un producto económico.

Actividades:

- a) Realización de un costeo del producto por unidad producida, para determinar el precio mínimo.
- b) Elaborar un sondeo de precios de las diferentes marcas en competencia.
- c) Fijar un precio definitivo para los canales de distribución.

Programa de distribución para la Harina de Platano: Con base en la información brindada en Cámara de Comercio y con el objetivo de obtener una cobertura del mercado adecuada, con mayor control y menor coste, se pretende abastecer a los principales distribuidores del municipio de Tumaco, la estrategia a implementar es la distribución selectiva.

Actividades:

- a. Abastecer a los principales autoservicios y supermercados del municipio de Tumaco.

Programa de comunicación para la Harina de Platano:

Estrategia creativa: Los esfuerzos de mercadeo para la Harina de Platano estarán dirigidos a la totalidad de hogares del municipio, sin importar el estrato socioeconómico, raza, religión, etc. El mensaje será diseñado por el área de mercadeo y tendrá que resaltar su slogan "Tu alimento hecho en casa", para generar un impacto entre los consumidores.

Estrategia de medios: Consiste en identificar los medios por los cuales se comunicará los mensajes publicitarios de la empresa, así como la frecuencia en que serán transmitidos. De acuerdo al estudio realizado se pudo evidenciar que los medios de más impacto son la radio y la televisión.

Cuadro 55. Plan de Medios para la Harina de Platano en la Ciudad de Tumaco.

RADIO	EMISORA	FRECUNCIA	ASIGNACION MENSUAL
		R.C.N	8 CUÑAS DIARIAS DE LUNES A SABADO
TOTAL MENSUAL			\$260.000
TOTAL TRIMESTRE			\$780.000
T.V.	CANAL	FRECUNCIA	ASIGNACION MENSUAL
	C.N.C. TUMACO	10 COMERCIALES DIARIOS DE LUNES S SABADOS EN PROGRAMACION GENERAL	\$380.000 POR MESES
TOTAL MENSUAL			\$380.000
TOTAL TRIMESTRE			\$1.140.000
MATERIAL POP	TIPO	VOLUMEN	ASIGNACION ANUAL
	AFICHES	50(80x60)	\$150.000
	CAMISAS	50	\$650.000
	GORRAS	50	\$500.000
TOTAL ANUAL			\$1.300.000
TOTAL PLAN DE MEDIOS PARA LA EMPRESA HARINAS DEL PACIFICO			\$3.220.000

Fuente: La presente investigación.

Estrategia de promoción de ventas: Para la Harina de Platano se programará la siguiente actividad para promocionar la marca.

Degustación del producto: se implementará con el propósito de dar a conocer el producto mediante las degustaciones para que los consumidores prueben el producto y lo adquieran. La degustación estará a cargo de 1 impulsadora con su uniforme detrás de un exhibidor, invitando al cliente a que pruebe el producto, colocándose los a su alcance en un recipiente y darles una pequeña porción y que puedan a su vez comprar el producto. Actividad que se realizara cada fin de semana durante 1 mes con los diferentes distribuidores (MERCA Z, EL DIAMANTE, EL METRO Y LA CAMPIÑA), donde se degustaran 100 unidades del producto.

- a. Personal para la degustación \$260.000
 - b. Logística de la degustación. \$50.000
 - c. Producto para degustación \$200.000
- PRESUPUESTO: \$510.000

Investigación de Mercados: La empresa deberá de manera estratégica realizar investigaciones de mercado esto en aras de analizar el comportamiento del mismo en lo referente a oferta y demanda de las harinas a base de Platano, tendencias de los consumidores, etc. Nuevos mercados que permitan que la empresa piense en **EXPANSION DEL MERCADO**; esta permite incursionar en otros mercados con el producto de las harinas. La empresa Harinas del Pacifico como pionera en el mercado y para no incurrir en mayores costes no se hace necesario crear un departamento de investigación de mercados con toda la estructura que ello implica, para mantenerse al tanto de las tendencias a nivel externo de la empresa, hoy en día existe personal muy calificado en las Cámaras de Comercio los cuales brindan apoyo a través de inteligencias de mercados a las empresas en aras de que estas crezcan y aporten al crecimiento de la economía del país.

Presupuesto: la empresa para llevar a cabo este plan de mercadeo deberá considerar como presupuesto el monto de \$18.215.000 millones de peso.

Estrategias de Contingencia (PLAN B): el plan de contingencia permitirá a la empresa reaccionar rápidamente a los cambios que se puedan presentar tanto en el entorno económico como competitivo, para ello debe preparar las acciones estratégicas que el equipo de gestión de llevar a cabo cuando los resultados de ventas se desvíen sustancialmente de lo que se había previsto o un aumento inesperado en los gastos para minimizar el efecto en la rentabilidad de la empresa. Para la empresa HARINAS DEL PACIFICO se ha diseñado el siguiente plan de contingencia:

Programa producto:

- Rediseño de empaque y etiqueta del producto
- Redefinir los tamaños de presentación
- Crear a través de lluvia de ideas la marca del producto

Programa de precio:

- Revisar la política de precios
- Realizar un costeo del producto
- Sondar los precios de la competencia

Programa de distribución:

- Maquilar el producto para distribuidores mayoristas
- Redefinir mercado meta en caso de no tener éxito en la ciudad Tumaco, tener la opción de distribuir el producto a mercados como Pasto, Popayán y Cali.

Programa de comunicación:

- Aumentar número de anuncios en los medios de comunicación
- Utilizar otros medios de comunicación
- Cambio del mensaje publicitario

Programa de promoción de ventas:

- Extender las degustaciones de los productos
- Utilizar otras herramientas para la promoción de ventas como las exposiciones, ferias artesanales entre otras.

Cuadro 56. Plan Anual de Marketing

Estrategia Corporativa: Penetración de Mercado y Desarrollo del Producto

PROGRAMA/ESTRATEGIA	METAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	TIEMPO DE EJECUCION	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	I. DE CONTROL			
MEJORAMIENTO EN LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO HARINA DE PLATANO	Fijación de precios de la Harina de Platano	OBTENER UNA PARTICIPACIÓN DE UN 60% DEL TOTAL DE LA DEMANDA INSATISFECHA PARA EL AÑO 2017.	SOLICITUD DE NUEVOS DISEÑOS	10/01/17 – 10/03/17	\$1.800.000	AREA DE MERCADEO	GRADO DE RECORDACIÓN ESPONTANEA/TOTAL DE CLIENTES POTENCIALES Y ACTUALES			
			DEFINIR TAMAÑOS ADECUADOS	15/01/17 – 15/03/17		AREA DE MERCADEO				
			REALIZAR PEDIDOS DE ETIQUETAS Y EMPAQUES	01/04/17 – 30/04/17		AREA DE MERCADEO				
			DISTRIBUCIÓN INTENSIVA PARA EL PRODUCTO			REALIZACION DE UN COSTEO DEL PRODUCTO	01/01/17 – 15/03/17		AREA DE CONTABILIDAD	VENTAS DE LA EMPRESA/VENTAS TOTALES DEL Sector
						SONDEO DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA	16/03/17 – 31/03/17		AREA DE MERCADEO	
						FIJAR PRECIO DEFINITIVO PARA LOS CANALES DE DISTRIBUCION	15/04/17 – 30/04/17		GERENCIA Y AREA DE MERCADEO	
						Abastecer a tiendas, autoservicios y supermercados del municipio de Tumaco.	30/04/17 – 30/07/17		GERENCIA Y AREA DE MERCADEO	
ESTRATEGIA DE CREATIVIDAD	CONSEGUIR UNA PARTICIPACIÓN DE UN 60% DEL TOTAL DE LA DEMANDA INSATISFECHA PARA EL AÑO 2017.	POSICIONAR EL PRODUCTO EN EL MERCADO DE TUMACO.	SOLICITUD DE DISEÑO DE LOS COMERCIALES	10/02/17 – 10/06/17		GERENCIA Y AREA DE MERCADEO	SOLICITUD DE PROPUESTAS/PROPUESTAS RECIBIDAS			
			SELECCIÓN DE LOS MODELOS PARA LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	16/06/17 – 30/06/17		LA JUNTA DIRECTIVA				
			SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PRODUCTO	01/02/17 – 15/02/17		GERENCIA Y AREA DE MERCADEO				
			DETERMINAR FRECUENCIAS DE EXPOSICION DE LOS COMERCIALES	01/02/17 – 15/02/17		GERENCIA Y AREA DE MERCADEO				

ESTRATEGIA DE MEDIOS		DAR A CONOCER LA IMAGEN DEL PRODUCTO DE LA EMPRESA HARINAS DEL PACIFICO.	TRASMISION DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS	01/06/17 – 01/09/17	\$8.980.000	CONTABILIDAD Y AREA DE MERCADEO	RECORDACIÓN DE LA MARCA AÑO PLAN/RECORDACIÓN DE LA MARCA AÑO ANTERIOR
			ELABORACION PARA EL MATERIAL POP	01/02/17 – 01/06/17	\$1.300.000	AREA DE MERCADEO	
			INSTALCION DEL MATERIAL POP	01/07/17 – 01/09/17		DISTRIBUIDOR	
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE VENTAS/DEGUSTACIONES			DETERMINAR PUNTOS DE VENTA PARA LA DEGUSTACION DEL PRODUCTO	01/06/17 – 15/06/17		GERENCIA Y AREA DE MERCADEO	
			REALIZAR DEGUSTACIONES DEL DULCE DE PLATANO	Los sábado por un mes desde 6/09/17 hasta 27/09/17	\$510.000	AREA DE MERCADEO Y PERSONA CONTRATADA	

Fuente: La presente investigación.

Cuadro 58. Plan de acción para la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	METAS	TACTICAS	RESPONSABLE DE LA META	FECHA DE EJECUCION DE LA META	COSTO/PRESUPUESTO	INDICADOR DE EVALUACION
		Lograr ganar una participación en este mercado del 10%, marcando la diferencia en precios	Establecer un acuerdo con los Supermercados de manejar una Política de precios bajos contrarrestando los precios de la competencia, enganche que permite fidelidad de los clientes potenciales y atraer a los de la competencia.	Jefe de Mercadeo		0	Número de clientes / Número de promociones hechas
Promocionar la Harina de Platano “LA SABROSITA” en el mercado de la ciudad de Tumaco.	Penetración en el mercado: Esta estrategia busca que la Harina de Platano “LA SABROSITA” de la empresa “HARINAS DEL PACIFICO”, logre persuadir a los clientes potenciales y	Generar Reconocimiento y recordación de marca (TOP MINE)	Se debe invertir en medios publicitarios (Televisión, volantes), que den a conocer el producto y la existencia de la empresa.	Jefe de Mercadeo		5.000.000	Ventas totales/costos de promoción y publicidad

	los de la competencia.						
	Promoción y Publicidad; se pretende dar a conocer al mercado objetivo la Harina de Platano “LA SABROSITA”	Aumentar Ventas	A través de una Estrategia Pull (atracción) se incentiva a los clientes ofreciendo Bonos de Compra por \$10.000 para adquirir los mismos productos.	Promotoras de Ventas		1.000.000	ventas Totales/valor total de bonos
Aprovechar el alto índice de Demanda de Harina de Plátano existente en la ciudad de Tumaco presencia atribuida al sabor, innovación, precio, calidad, etc., de estos productos.	Desarrollo de Producto; permite atraer a miembros de los mercados ya existentes bajo parámetros de innovación del producto y generación de valor agregado.	Lograr ganar una participación en estos mercados del 10%, marcando la diferencia con un producto innovador	Ofrecer al mercado la Harina de Platano “LA SABROSITA” el cual es un producto innovador, ya que se da valor agregado a productos del sector agrícola del municipio. Producto que tiene una excelente presentación, manteniendo una etiqueta llamativa a la vista del consumidor, lo cual es muy importante a la hora de vender el producto.	Jefe de Mercadeo		3.000.000	cantidades producidas /cantidades vendidas

<p>Sensibilizar a los Supermercados a que con la compra de la Harina de Platano "LA SABROSITA" están coadyuvando a familias menos favorecidas del municipio de San Andrés de Tumaco, familias dedicadas totalmente a actividades del sector agrícola.</p>	<p>Estrategia de Branding e imagen empresarial.</p>	<p>Incrementar los volúmenes de compra de los supermercados, permitiendo por ende aumentar los ingresos de las familias dedicadas al cultivo del Platano</p>	<p>Definir con los Supermercados un porcentaje de descuentos de acuerdo al volumen de pedidos</p>	<p>Jefe de Mercadeo y Promotor de ventas</p>		<p>0</p>	<p>unidades ofrecidas al mercado/unidades vendidas .</p>
---	---	--	---	--	--	----------	--

Fuente: La presente investigación.

3. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta las matrices de la Planeación de Mercadeo (MEFI, MEFE, DOFA, MPC, PEYEA, BCG) se logró determinar mediante un Estudio de Competitividad un Ambiente Interno y Externo muy favorable para la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”** constituida en el Plan de Negocios. Cabe mencionar que en este estudio se logró identificar la competencia directa (**Soya plátano, Colombiharina, Plátano oriental, Calimarina, Súper baby**).

El Estudio de Mercado permitió concluir que el consumo de Harina de Platano, en las ciudad de Tumaco es suficientemente atractivo ya que se presenta un alto grado de consumo, el cual tiende a incrementarse, teniendo en cuenta el comportamiento de los individuos en la actualidad, en su gran mayoría las personas son altamente ocupadas y no tienen tiempo suficiente para dedicar a actividades que se consideran de menor importancia, como es realizar cada uno de los procesos para obtener la Harina de Platano, etc.

Teniendo en cuenta que el número de marcas que compiten en el mercado de las Harinas de Platano tienen gran aceptación y que la demanda se está ampliando, se concluye que la producción de Harina de Platano con marca **“LA SABROSITA”** por obvias razones debe aumentarse para lograr cubrir la demanda.

A medida que aumenta la oferta y la demanda, se incrementa la capacidad y oportunidad de producción y comercialización de la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”**. El Estudio Técnico realizado, permitió tener en cuenta la ingeniería del proyecto la cual determino la viabilidad tecnológica del mismo para producir un bien. Bajo este concepto se conoce el producto, sus especificaciones técnicas sobre las cuales se realiza el control de calidad, específicamente materias primas e insumos, maquinaria, equipo, herramientas, muebles, y enceres requeridos en la empresa e igualmente unos requerimientos legales.

En el Estudio Técnico se logró determinar la generación de dar valor agregado a un producto tan tradicional como es el plátano y convertirlo en la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”**, el cual es un producto muy atractivo, con una buena presentación, una etiqueta vistosa y llamativa, lo que hace de este un producto muy competitivo.

Igualmente en el Estudio Técnico (Operacional), se logró justificar la puesta en marcha de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”** con la debida transformación y comercialización de la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”** debido a que la Demanda Objetivo - Insatisfecha existente en la ciudad a incursionar: Tumaco, es de (46.585) es mayor que el tamaño a producir (41.904).

Mediante la aplicación del **“METODO DE BROWN Y GIBSON”** se logró concluir

de forma estratégica y bajo análisis de Factores Objetivos posibles de cuantificar y Factores Subjetivos la ubicación de la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”** en la calle del comercio sector **“LA TAGUERA”** del municipio de San Andrés de Tumaco.

Teniendo en cuenta que los costos de la materia prima e insumos con los cuales se fabrica la Harina de Plátano **“LA SABROSITA”**, tienden a incrementar, es importante resaltar que no se salen de la capacidad de adquisición de los habituales clientes.

En el Estudio Organizacional (Administrativo), se estableció la misión, visión, principios corporativos, manual de funciones, organigrama de la empresa, todo con el objetivo de lograr un buen funcionamiento.

El Estudio Financiero permitió establecer la viabilidad del proyecto, mediante la TIR, la cual fue del 88% sin financiación, y con financiación del 64 %, recursos que serán reinvertidos anualmente en la empresa.

El Plan Operativo, para la empresa **“HARINAS DEL PACIFICO”** permitió establecer a través del Plan de Mercadeo un Plan de Acción en el que se detallan objetivos, metas y una serie de tácticas pertinentes y necesarias para incursionar con la Harina de Platano **“LA SABROSITA”** en el mercado proyectado.

4. RECOMENDACIONES

Se recomienda la puesta en marcha de la empresa “**HARINAS DEL PACIFICO**” procesadora y comercializadora de Harina de Plátano, “**LA SABROSITA**” en el Municipio de Tumaco por ser un proyecto viable técnicamente y económicamente rentable (Factible).

Es de suma importancia aprovechar las oportunidades que brinda el mercado, ya que la demanda de Harina de Plátano, presenta una tendencia de crecimiento.

En vista de que se trata de la implementación y ejecución de un proyecto que se inclina al mejoramiento económico, social y cultural de un sinnúmero de personas y familias de la zona rural y urbana del municipio de Tumaco, se requiere de una activa participación de Organizaciones locales, del Estado colombiano y del propio Municipio en el establecimiento de mecanismos que incentiven su realización.

Para asegurar en gran medida el éxito del proyecto es necesario que se apoye a las personas dedicadas a la siembra y producción de plátano, con programas de organización, capacitación, asistencia técnica, y créditos supervisados entre otros, con el fin de fortalecer la cultura de siembra y producción de plátano en el municipio de Tumaco.

El proyecto productivo debe proveer, diseñar y aplicar mecanismos de evaluación ágiles, eficientes y continuos en el tiempo que permitan introducir correctivos y reformulaciones sobre la marcha, capaces de conducir el proyecto a la meta propuesta. Establecer contratos de comercialización con supermercados de gran reconocimiento en la ciudad a incursionar para garantizar la venta de la Harina de Plátano “**LA SABROSITA**”.

Apoyar la formulación de proyectos productivos tendientes a incentivar la siembra, producción y comercialización de plátano en la zona rural y alrededores del municipio, los cuales tienen la posibilidad de contar con el apoyo de entidades como es el SENA en Tumaco y demás actores.

Fortalecer a las personas que siembran este tipo de cultivos (Plátano) en el ámbito sociempresarial y de organización como una forma de garantizar la permanencia del proyecto en un periodo superior al de la vida útil. Las características del estudio, lo perfilan como un proyecto productivo razón por la cual, sería muy conveniente solicitar un crédito a entidades Financieras como lo es Banco Agrario e incluso el Fondo Emprender, etc. En el momento del montaje de la planta se debe realizar análisis microbiológico por lo menos a cinco muestras con el ánimo de garantizar la seguridad del consumidor, como a su vez para determinar el tiempo de perennidad del producto.

BIBLIOGRAFÍA

DE LA VEGA, Ignacio. El plan de negocio, una herramienta indispensable: Instituto de empresas. Madrid: s.n, 2004. 200 p.

MELÉNDEZ GUZMÁN, Rafael. Mercadeo de productos agros. 1ra ed. México D.F: Limusa S.A, 1984. 180 p.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA, NTC 1486:2008, (sexta actualización. Documentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. Bogotá D.C, Colombia: Icontec, 2008.

SALDIVAR, Antonio. Planeación Financiera en la Empresa. 2da ed. México: Trillas, 1990. 290 p.

NETGRAFIA

ACTUALICESE.COM. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.actualicese.com/actualidad/2010/03/04/que-puede-decidir-yo-aprobar-la-junta-oasamblea-funciones/>

ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y GENERAL. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: [http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%207/ htm](http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%207/htm)

AGUSTÍN CODAZZI Y LA GEOGRAFÍA EN EL SIGLO XIX. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.lablaa.org/geografia//nacional>

BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Libro principios de la Administración científica (Taylor), administración Industrial y general de Fayol. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: [https://isabelportoperez.files.wordpress.com /.../admc3b3n_ind_y_general](https://isabelportoperez.files.wordpress.com/.../admc3b3n_ind_y_general).

DIMAR. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.google.com/gráficos-ubicación-geográfica-cultura.html?

EL MARKETING EN LA EDUCACIÓN PÚBLICA, BASE. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: [http://www.infomipyme.com/Docs/GT/O ffline/marketing/marketing.htm](http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/marketing.htm)

INTERPRETACIÓN.DE LA LEY DE FOMENTO DE EMPRENDIMIENTO. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.Actualicese.com/2006,una,nueva.

ISO 14000 - GESTIOPOLIS. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.gestiopolis.com/recursos/.../iso14car.htm

LOCALIZACIÓN, TAMAÑO E INGENIERIA DEL PROYECTO. Capítulo 3. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/.../18/.../html>

MONOGRAFIAS.COM. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.monografias.com/trabajos7act/shtllm>

NOTICIAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y VERDURAS [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.freshplaza.es>

RECOMPAS. San Andrés de Tumaco 2012. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.afrocolombians.org/pdfs/RECOMPAScomunicado042008.pdf

UNIVERSIDAD COOPERATIVA. Planeación Estratégica de la Universidad. 1988. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: www.javeriana.edu.co/...Estrategica.../70ee1c6a-e5e6-4e1a-b0b0-a694d.

TAMAÑO E INGENIERÍA DEL PROYECTO. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.umss.edu.bo>

TEORIAS DE PRODUCCION. [en línea] [citado 2014-10-19] Disponible en internet: <http://www.gestiopolis.com/teoriasdeproduccion/canales7gerencial/articulos>

ANEXOS

ANEXO A. SIEMBRA Y COSECHA DEL PLATANO EN ZONAS URBANAS Y RURALES EN EL MUNICIPIO DE TUMACO

SIEMBRA Y COSECHA DEL PLATANO EN ZONAS URBANAS Y RURALES EN EL MUNICIPIO DE TUMACO

Anexo: Plantaciones de Platano vereda Cajapi.



Anexo: Plantaciones de Platano vereda espriella.



Anexo: Accesoría por parte Del personal del ICA



Anexo: Día de cosecha en la finca el descanso “personal enc.”



Anexo: Tallos para la siembra del Platanó Hartón.



Anexo: día de cosecha finca del señor Horacio Segura



Anexo: Plantaciones en la Vereda Chilvi.



Anexo: Vereda tablón salado



ANEXO B. FICHA DE ENTREVISTA

FICHA DE ENTREVISTA

Objetivo: Identificar aspectos relacionados con la distribución de productos similares a la Harina de Platano en el municipio de Tumaco.

1. INFORMACION DE LA EMPRESA

1.1. Nombre de la empresa

En este ítem, se le solicita mencionar el nombre completo de la empresa entrevistada.

1.2. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?

En esta pregunta, permite un mayor acercamiento con el entrevistador.

1.3. Tipo de empresa

En el tercer ítem, se requiere especificar cuál es la razón social de la empresa.

2. ¿Vende Harina de Platano o similares?

Este punto es de vital importancia, ya que permite saber si la empresa cuenta con este producto

3. ¿Hace cuánto tiempo la empresa desarrolla esta actividad?

Con esta pregunta podemos identificar que tan fuerte es la empresa en el sector de las Harinas.

4. ¿Cuál es la Harina que más le genera rentabilidad?

En esta pregunta se necesita conocer cuál es la Harina de menor costo para la empresa.

5. ¿Cuál es el volumen de compra y venta mensual de las Harinas?

En esta pregunta se necesita conocer cuál es la cantidad de compra y venta obtenida mensualmente, de los diversos proveedores y consumidores que posee la empresa.

6. ¿Cuál es la marca de Harina de mayor venta y compra que realiza la empresa?

En esta pregunta se necesita conocer cuál es la principal competencia.

7. ¿Tiene contacto permanente con sus proveedores?

Este punto es de vital importancia, ya que permite saber si hay facilidad por parte de los supermercados de obtención rápida de la Harina de Platano.

8. ¿Qué tiempo tardan los proveedores en abastecerlo?

En este punto podemos identificar cual es el tiempo de respuesta de la competencia.

9. ¿Cuál es la principal competencia de los productos que comercializa?

En esta pregunta se necesita conocer con cuantos canales de distribución se puede contar.

10. ¿Considera usted que esta actividad económica es rentable?

Con esta pregunta podemos identificar si esta empresa está dispuesta a distribuir una nueva marca de Harina.

ANEXO C. FORMATO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO

La presente investigación se realiza con fines académicos por lo cual le solicitamos responderla de la manera más sincera posible: de antemano le agradecemos su colaboración.

Objetivo: Identificar aspectos relacionados con la distribución de productos similares a la Harina de Platano en el municipio de Tumaco.

- 1.1 Nombre de la empresa
- 1.2 ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?
- 1.3 Tipo de empresa
2. ¿Vende Harina de Platano o similares?
3. ¿Hace cuánto tiempo la empresa desarrolla esta actividad?
4. ¿Cuál es la Harina que más le genera rentabilidad?
5. ¿Cuál es el volumen de compra y venta mensual de las Harinas?
6. ¿Cuál es la marca de Harina de mayor venta y compra que realiza la empresa?
7. ¿Tiene contacto permanente con sus proveedores?
8. ¿Qué tiempo tardan los proveedores en abastecerlo?
9. ¿Cuál es la principal competencia de los productos que comercializa?
10. ¿Considera usted que esta actividad económica es rentable?

ANEXO D. RESULTADO DE ENTREVISTA A DISTRIBUIDORES



Fuente: La presente investigación

Interpretación: A la pregunta realizada dentro de las entrevistas a los supermercados (canales de distribución), al momento de indagar por el tiempo de funcionamiento en el mercado, todos sobrepasan los cinco años de experiencia; lo que clara mente nos indica que podemos contar con canales de distribución con buena experiencia y una gran número de clientes que fácilmente podrían acceder a nuestro producto.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Al desarrollar esta pregunta se pudo establecer que desde el momento en que estas empresas entraron en actividad en el mercado, han estado comercializando productos como la harina de Platano y otros similares, es decir que su experiencia con este tipo de productos nos permitirá aprender de la mejor forma para poder introducir la harina de Platano la Sabrosita.



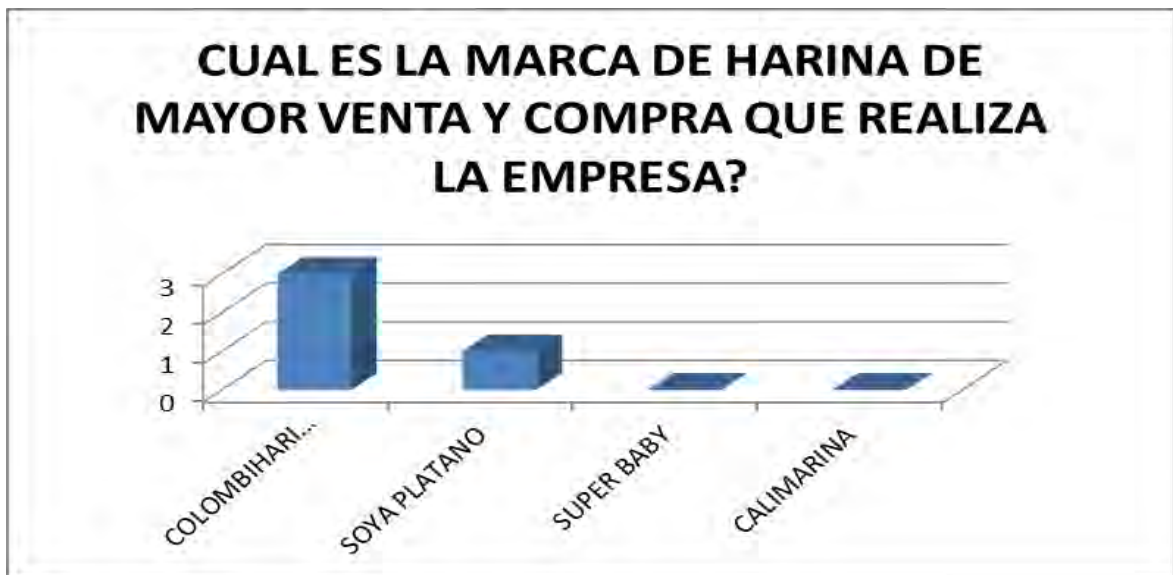
Fuente: La presente investigación

Interpretación: Dentro de las entrevistas realizadas a los diferentes supermercados fue importante establecer el volumen de compra que estos realizan, arrojando así una información entregada por ellos que nos indica que el mayor volumen de compra realiza los supermercados merca z con un volumen de compra de 350 a 400 kilogramos mensuales, esto es bueno para nuestra empresa puesto podemos cumplir con esa demanda para poder satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Fue fácil determinar de acuerdo a la información entregada cual fue la harina de mayor rentabilidad y de mayor venta, por consiguiente, la marca pampa con su producto Colombiharina, es la más vendida dentro de los establecimientos a quienes se le consulto, así mismo nuestro producto podría competir con precios asequibles con la intención de llegar a tener la mayor rentabilidad en el mercado.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: En esta pregunta se evidencio que la marca de harina de Platano que más se compra y vende en el municipio de Tumaco es la que pertenece a la marca pampa la harina Colombiharina, con volúmenes de compra superiores a

400 y 450 kilogramos mensuales, esto nos plantea un gran reto, y es poder competir con un producto que ya está posicionado y lleva años en el mercado a lo cual la harina de Platano la sabrosita responderá con un producto de gran calidad y precio al alcance de todos.



Fuente: La presente investigación

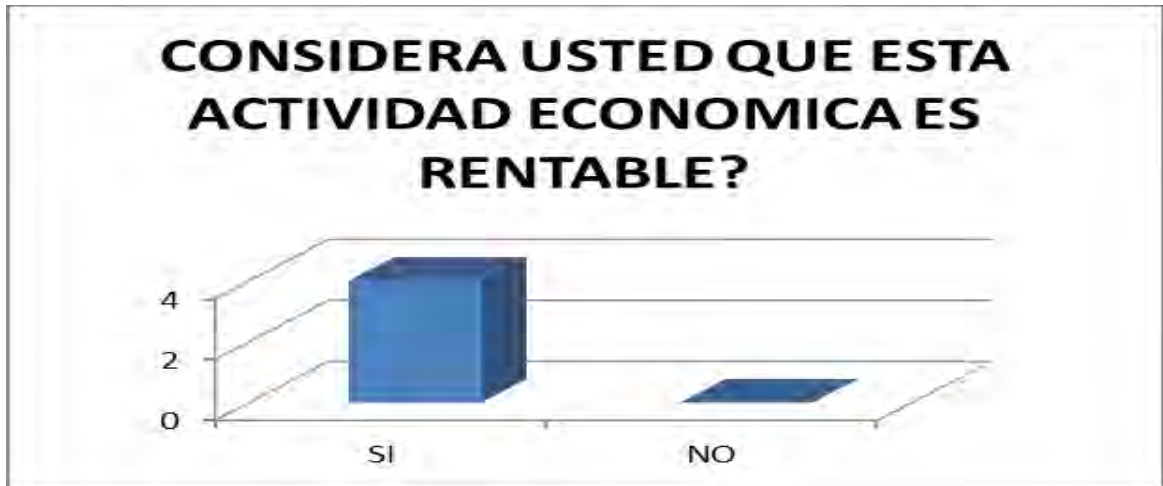
Interpretación: A la pregunta cuánto tiempo tardan los proveedores en abastecerlos, los entrevistados respondieron entre 2 y 3 días, situación que fácilmente puede ser aprovechada por la empresa harinas del pacifico con su producto harina de Platano la sabrosita, por estar ubicada en la misma zona en donde se encuentran estos supermercados disminuyendo los costos y así poder competir con precios más baratos y productos de buena calidad.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: En esta pregunta todos los entrevistados dijeron tener contacto permanente con sus proveedores, es decir que por los volúmenes de compra que

manejan para este producto permiten mantener comunicación constante, lo que demuestra que este producto está rotando dentro del inventario constantemente.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Los entrevistados argumentaron dedicarse a esta actividad y vender este tipo de producto porque es rentable y le permite tener diversidad de clientes que también adquieren otro tipo de productos.

ANEXO E. FICHA DE ENTREVISTA

FICHA DE ENTREVISTA

Objetivo: Identificar aspectos relacionados con la producción y comercialización del Platano en el municipio de Tumaco.

1. INFORMACION DEL ENTREVISTADO

1.1. Nombre Completo

En este ítem, se le solicita mencionar el nombre completo de la persona entrevistada.

1.2 Edad

En este ítem, se pretende identificar cual es el rango de edad de personas que se dedican a esta actividad.

1.4 Sexo

En este ítem, se pretende identificar cual es el género que más se dedica a esta actividad.

1.5 Estudios alcanzados

En este ítem, se pretende identificar cual es el nivel académico de las personas dedicadas a esta actividad.

2. INFORMACION ECONOMICA

2.1. Nivel de ingresos mensuales

Para este ítem, se le pide al entrevistado que identifique el costo beneficio de esta actividad.

2.2. Promedio de gastos mensuales

Para este ítem, se le pide al entrevistado que identifique cada uno de los gastos que genera este tipo de negocios.

3. ASPECTO COMERCIAL Y PRODUCTIVO

3.1. Cuanto tiempo le dedica a la producción de Platano (cifras en años)

En esta pregunta, permite un mayor acercamiento con el entrevistador.

3.2. Trabaja de forma independiente?

En esta pregunta, permite un mayor acercamiento con el entrevistador.

3.3. Nivel técnico empleado en el proceso productivo

Este punto es de vital importancia, ya que permite saber si hay ayuda por parte de entidades de fomento.

3.4. Está afiliado a algún gremio relacionado con el Platano

Este punto es de vital importancia, ya que permite identificar cuáles son los principales gremios de este sector en el municipio.

3.5. Tiene acceso a créditos de fomento

Con esta pregunta podemos identificar el grado de endeudamiento y compromisos que tienen estas personas con algunas entidades públicas y/o privadas.

3.6. Se dedica a la comercialización del Platano

Esta pregunta permite identificar cual es el destino del Platano que producen.

3.7. Que cantidad comercializa

En esta pregunta se necesita conocer cuál es la cantidad de producción.

3.8. Con que frecuencia comercializa

En esta pregunta se necesita conocer cuál es el tiempo que tarda sembrar y cosechar el Platano.

3.9.Cuál es el precio de venta

Para este ítem, se le pide al entrevistado que identifique el precio promedio de venta.

3.10. Quien son sus principales clientes

En esta pregunta, se le solicita al entrevistado mencionar cuáles son sus principales cliente.

3.11. Ha recibido ayuda del estado o de otras organizaciones para el fomento de su actividad productiva

En esta pregunta, se le solicita al entrevistado mencionar cuales son las entidades que están siempre presente en esta actividad.

3.12. Considera usted que esta actividad económica es rentable

Para este ítem, se le pide al entrevistado que identifique el costo beneficio de esta actividad.

ANEXO F. FORMATO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO

Objetivo: Identificar aspectos relacionados con la producción y comercialización del Platano en el municipio de Tumaco.

1. INFORMACION DEL ENTREVISTADO

1.1. Nombre Completo

1.2. Edad

1.3. Sexo

1.4. Estudios alcanzados

2. INFORMACION ECONOMICA

2.1. Nivel de ingresos mensuales

2.2. Promedio de gastos mensuales

3. ASPECTO COMERCIAL Y PRODUCTIVO

3.1. Cuanto tiempo le dedica a la producción de Platano (cifras en años)

3.2. Trabaja de forma independiente?

3.3. Nivel técnico empleado en el proceso productivo

3.4. Está afiliado a algún gremio relacionado con el Platano

3.5. Tiene acceso a créditos de fomento

3.6. Se dedica a la comercialización del Platano

3.7. Que cantidad comercializa

3.8. Con que frecuencia comercializa

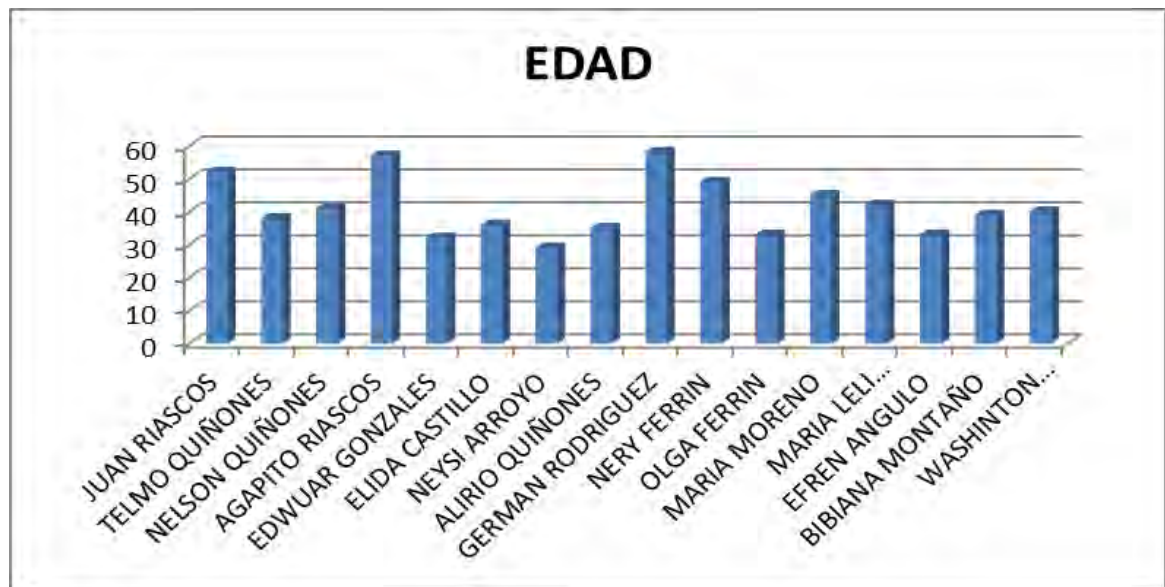
3.9. Cuál es el precio de venta

3.10. Quien son sus principales clientes

3.11. Ha recibido ayuda del estado o de otras organizaciones para el fomento de su actividad productiva

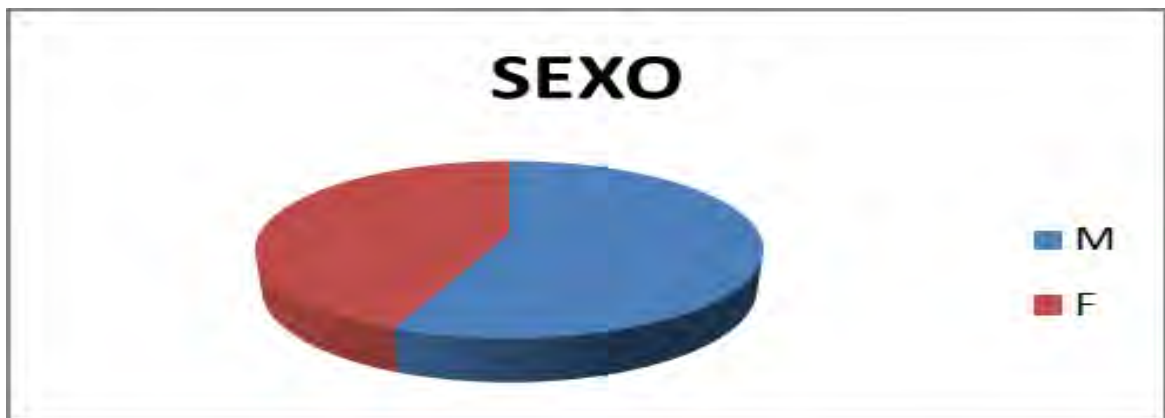
3.12. Considera usted que esta actividad económica es rentable

ANEXO G. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A PROVEEDORES



Fuente: La presente investigación

Interpretación: La tabulación de las entrevistas a nuestros posibles proveedores nos muestra que sus edades oscilan entre treinta y cincuenta años, esto nos muestra que son personas maduras de mucha experiencia y compromiso con la labor diaria de la siembra, recolección y venta de plátano en el municipio de Tumaco, lo que nos brinda confianza al momento de tener la materia prima.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Más de cincuenta por ciento de los entrevistados son de sexo masculino, esto es muy evidente si se tiene presente que en las veredas aledañas

al municipio las labores de campo son realizadas por los hombres quienes se dedican netamente a esta labor, sin desconocer que hay mujeres que también se dedican de lleno a las labores del campo.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Nuestros proveedores nos muestran que los estudios alcanzados son primaria y secundaria, siendo la primaria el estudio más representativo y con mayor participación de parte de ellos, si bien muchos de ellos no poseen otros tipos de estudios, poseen otras cualidades como la experiencia en campo que para nosotros es de vital importancia al momento de obtener el mejor producto.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: El nivel de ingreso de nuestros proveedores está entre 1.000.000 y 1.500.000 mensual, teniendo en cuenta otras actividades de venta de productos agrícolas que se alternan con la comercialización de plátano en el municipio de Tumaco.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: El promedio de gastos mensuales esta en 350.000 y 400.000, aunque estos gastos varían de acuerdo a modo y la forma de vida, según algunos entrevistados en ocasiones superan los 500.000 pesos, esto nos muestra que necesitan de forma constante comercializar sus productos para solventar sus deudas de esta forma nuestra empresa puede asegurar que cerrando un trato con estos proveedores tendremos asegurado la materia prima para asegurar la producción.



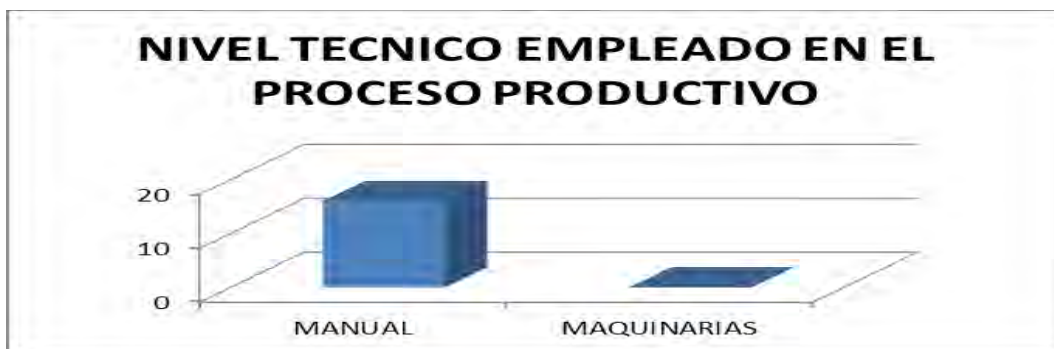
Fuente: La presente investigación

Interpretación: Al realizar esta pregunta, entre los proveedores entrevistados, se pudo saber que el 100% de ellos no poseen créditos de fomento que incentiven la siembra limpia y tecnificada de sus productos, sin embargo se sabe que poseen créditos con entidades financieras como Banco agrario que les permite tener tasas de interés muy baja y montos altos para inversión en sus fincas lo que le permite a los agricultores sembrar productos de la mejor calidad.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Al realizar esta pregunta, entre los proveedores entrevistados, todos respondieron que trabajan de forma independiente y ninguno hace parte de ninguna asociación o gremio, son agricultores cuya tradición ha sido inculcada desde pequeños, pero a falta de alguna agremiación pues solo les queda vender sus productos en las plazas de mercados y puntos de venta donde suelen reunirse.



Fuente: La presente investigación

Interpretación: Al realizar esta pregunta, también se pudo analizar que los procesos que utilizan para la siembra son manuales y de mucha tradición por consiguiente no se utilizan maquinas ni ningún otro tipo de herramienta eléctrica, además esto también se deben a que muchos no tienen grandes extensiones de siembra que le permita tecnificar sus procesos, sin embargo como ya se había mencionado esto no interfiere con la calidad del producto que se vende en las plazas de mercado y en todo el pueblo.



Fuente: La presente investigación.

Interpretación: El 100% de los entrevistados dijeron no pertenecer a algún gremio relacionado con la producción y comercialización de plátano en el municipio de Tumaco.



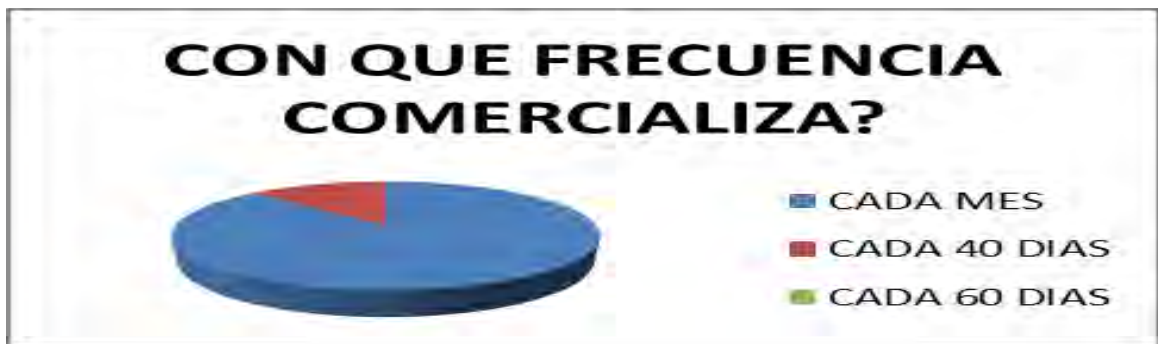
Fuente: La presente investigación.

Interpretación: A esta pregunta el 100% de los entrevistados respondieron dedicarse plenamente a esta actividad puesto que dicen que le representa buenas ganancias que le permiten mantener a su familia, sus casas o sus fincas.



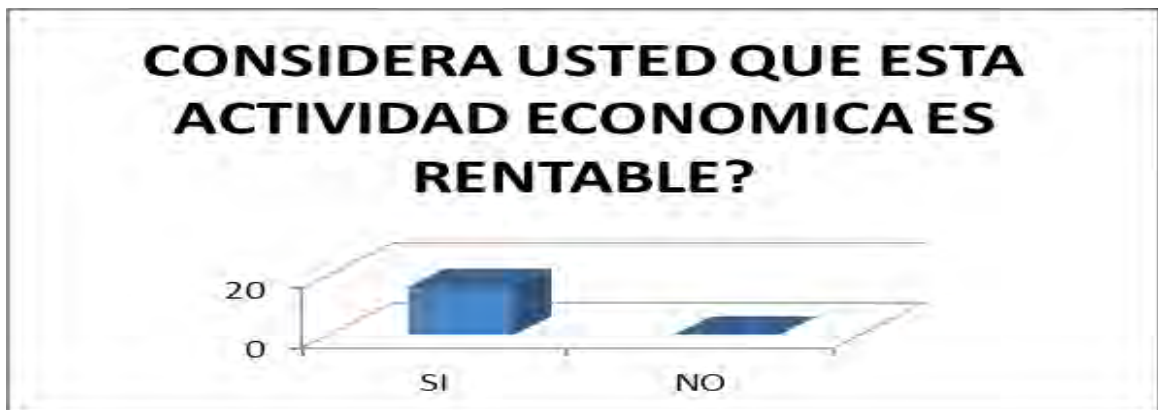
Fuente: La presente investigación.

Interpretación: A la pregunta que cantidad comercializa, la cantidad más común entre los entrevistados es de 50 y 60 cientos mensuales.



Fuente: La presente investigación.

Interpretación: A esta pregunta más del 75% de los entrevistados respondieron a que cosechan y comercializan sus cultivos de Platano cada mes.



Fuente: La presente investigación.

Interpretación: A la pregunta considera usted que esta actividad rentable, El 100% de los entrevistados dijeron dedicarse a la siembra y comercialización de plátano por ser una buena forma de subsistencia, que les brinda estabilidad económica y una fuente de ingreso para la mantención de sus familias.



Fuente: La presente investigación.

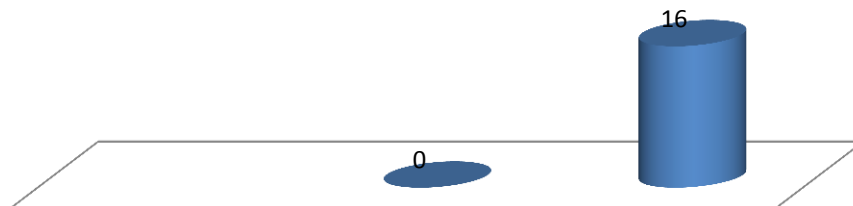
Interpretación: A esta pregunta más del 80% de los entrevistados respondieron a que venden cada ciento de Plátano entre 30.000 y 35.000 pesos.



Fuente: La presente investigación.

Interpretación: A esta pregunta más del 60% de los entrevistados respondieron a que venden el Plátano en bruto en plazas de mercados o centros de acopio.

Ha recibido ayuda del estado o de otras organizaciones para el fomento de su actividad productiva



Fuente: La presente investigación.

Interpretación: En esta pregunta se puede observar que los entes gubernamentales no fomentan la producción del y comercialización del Platano.

ANEXO H. FICHA DE ENCUESTA

FICHA DE ENCUESTA

1. ¿Consume usted Harina de Platano?

1.1 Si_____ 1.2 No_____ 1.3 Porque? _____

En esta pregunta, el encuestado tiene dos opciones, responder que si consume Harina a base de Platano o responder que no y justificar.

2. ¿Con que frecuencia consume harina de plátano?

2.1 Diario_____ 2.2 Semanal_____ 2.3 Quincenal_____
2.4 Cada 20 días_____ 2.5 Cada mes_____

El encuestado deberá marcar con una X en la opción que corresponde a su comportamiento de frecuencia de consumo (en esta pregunta solo puede responder una opción).

3. ¿Cuánto consume?

3.1 Una bolsa_____ 3.2 Dos bolsa_____ 3.3 Tres bolsas_____ 3.4 Más de tres_____

El encuestado deberá marcar con una X sobre la línea cual es la cantidad que está dispuesta a consumir.

4. ¿De cuántos gramos?

4.1 100grs__ 4.2 200grs____ 4.3 250grs____ 4.4 400grs____ 4.5 500grs____

El encuestado deberá marcar con una X sobre la línea las presentaciones que considere más adecuada para la Harina a base de Platano (en esta pregunta se debe responder una opción).

5. ¿Cuál es la marca de harina de plátano que más consume?

5.1 Soya plátano_____ 5.2 Colombiharina_____ 5.3 Plátano oriental_____ 5.4 Calimarina_____ 5.5 Súper baby_____

Como se observa en esta pregunta, el encuestado deberá señalar con una X sobre la línea, la marca de Harina que más consume.

6. ¿Considera usted que el precio de la harina de plátano que se vende en Tumaco, está acorde a la calidad del producto?

6.1 Si_____ 6.2 No_____ 6.3 Porque_____

7. ¿Cuánto pagaría usted por la harina de plátano fabricada y comercializada en el municipio de Tumaco?

7.1 1500 Pesos o menos _____ **7.2** Entre 2.700 y 3000 _____
7.3 Entre 3400 y 4500 _____ **7.4** Más de 5000 _____

El encuestado deberá marcar con una X sobre la línea cuanto estaría dispuesto a pagar por la presentación que considere más adecuada para la Harina a base de Platano (en esta pregunta se debe responder una opción).

8. ¿Considera usted que la Harina a base de Platano nutre y alimenta a sus hijos?

8.1 Si _____ 8.2 No _____ 8.3 Porque? _____

En esta pregunta, el encuestado tiene dos opciones, responder que si la Harina a base de Platano nutre y alimenta sus hijos o responder que no y justificar.

9. ¿Apoya usted la idea de crear una empresa productora y comercializadora de Harina a base de Platano en el municipio de Tumaco?

9.1 Si _____ 9.2 No _____ 9.3 Porque? _____

Esta pregunta nos ayudara a identificar como será recibida la nueva empresa por parte de nuestros consumidores potenciales.

10. ¿Dónde compra la harina de plátano que consume sus hijos?

10.1 Vendedores ambulante _____ **10.2** Tiendas especiales _____
10.3 Tiendas de barrio _____ **10.4** Supermercados _____ **10.5** Otros _____

El encuestado deberá marcar con una X en la opción que considere, el lugar donde le gustaría adquirir el nuevo producto (Harina a base de Platano)

ANEXO I. FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE HARINA DE PLATANO.

La presente investigación se realizara con fines académicos por lo cual le solicitamos responderla de la manera más sincera posible: de antemano le agradecemos su colaboración.

Objetivo: conocer el comportamiento de la demanda de Harinas a base de Platano y por ende determinar el grado de aceptación de un nuevo producto en los mercados de Tumaco.

1. ¿Consume usted Harina de Platano?

1.1 Si _____ 1.2 No _____ 1.3 Porque? _____

2. ¿Con que frecuencia consume harina de plátano?

2.1 Diario _____ 2.2 Semanal _____ 2.3 Quincenal _____
2.4 Cada 20 días _____ 2.5 Cada mes _____

3. ¿Cuánto consume?

3.1 Una bolsa _____ 3.2 Dos bolsa _____ 3.3 Tres bolsas _____ 3.4 Más de tres _____

4. ¿De cuántos gramos?

4.1 100grs _____ 4.2 200grs _____ 4.3 250grs _____ 4.4 400grs _____ 4.5 500grs _____

5. ¿Cuál es la marca de harina de plátano que más consume?

5.1 Soya plátano _____ 5.2 Colombiharina _____ 5.3 Plátano oriental _____ 5.4 Calimarina _____ 5.5 Súper baby _____

6. ¿Considera usted que el precio de la harina de plátano que se vende en Tumaco, está acorde a la calidad del producto?

6.1 Si _____ 6.2 No _____ 6.3 Porque _____

7. ¿Cuánto pagaría usted por la harina de plátano fabricada y comercializada en el municipio de Tumaco?

7.1 1500 Pesos o menos _____ 7.2 Entre 2.700 y 3000 _____
7.3 Entre 3400 y 4500 _____ 7.4 Más de 5000 _____

8. ¿Considera usted que la Harina a base de Platano nutre y alimenta a sus hijos?

8.1 Si _____ 8.2 No _____ 8.3 Porque? _____

9. ¿Apoya usted la idea de crear una empresa productora y comercializadora de Harina a base de Platano en el municipio de Tumaco?

9.1 Si _____ 9.2 No _____ 9.3 Porque? _____

10. ¿Dónde compra la harina de plátano que consume sus hijos?

10.1 Vendedores ambulante _____ **10.2** Tiendas especiales _____

10.3 Tiendas de barrio _____ **10.4** Supermercados _____ **10.5** Otros _____

ANEXO K. MATRIZ DE NECESIDADES PARA EL PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO GENERAL	Realizar un plan de negocio para la producción y comercialización de harina a base de plátano en el municipio de Tumaco 2012 – 2017		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	NECESIDAD DE INFORMACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS
Objetivo Específico 1: Realizar el estudio de competitividad para el plan de negocio.	¿Cuál es el perfil competitivo tanto de capacidades internas y el ambiente externo para el plan de negocios?	Supermercados, productores, clientes potenciales del municipio de Tumaco. Camara de Comercio, Oficina de UMATA de la Secretaria de Planeación Alcaldía de Tumaco. Tesis relacionadas con el tema de investigación, etc.	Encuestas, entrevistas, Páginas web (google, etc.) – Pagina virtual de la UDENAR.
Objetivo Específico 2: Implementar el estudio de mercado en la ciudad de Tumaco para el plan de negocios	¿Cuál es el estudio de mercados en la ciudad de Tumaco, para el plan de negocios?	Supermercados, productores, clientes potenciales del municipio de Tumaco. Camara de Comercio, Oficina de UMATA de la Secretaria de Planeación Alcaldía de Tumaco. Tesis relacionadas con el tema de investigación, etc.	Encuestas, entrevistas, Páginas web (google, etc.) - Pagina virtual de la UDENAR.
Objetivo Específico 3: Diseñar un estudio de operaciones (técnico) para el plan de negocio	¿Cuál es el estudio de operaciones para el plan de negocios?	Ingenieros Agroindustriales, Ingenieros de alimentos, Diseñador gráfico. Cotizaciones de Maquinarias, Herramientas, utensilios, (Colombia Compra Eficiente), etc.	Entrevistas con los ingenieros, Entrevista con el diseñador gráfico, Páginas web (google, etc.)
Objetivo Específico 4: Establecer un estudio organizacional (administrativo).	¿Cuál es la estructura organizacional y administrativa para el plan de negocio?	Cámara de Comercio Municipio de Tumaco,	Entrevistas en Cámara de Comercio, Páginas web (google, etc.)

<p>Objetivo Específico 5: Realizar el estudio financiero para el plan de negocios.</p>	<p>¿Cuáles son las fuentes y usos de inversión que se requieren para la producción de harina a base de plátano?</p>	<p>Estructura Financiera de Plan de Negocios de Fondo Emprender, Entidades Financieras que brindan información de la tasa de oportunidad (TIO) ante una inversión. Calculo de activos fijos establecidos mediante las cotizaciones realizadas, y demás gastos, Costos operacionales, costos de producción, determinación del precio de venta.</p>	<p>Páginas web (Colombia compra eficiente, google, etc.), Microsoft Excel, software, asesoría de contadores.</p>
<p>Objetivo Específico 6: Hacer la evaluación económica y social del plan de negocio.</p>	<p>¿Cuáles son los criterios de evaluación económica y social del plan de negocios?</p>	<p>Estudio Financiero (Flujos Netos) de la presente investigación. - Relación Costo Beneficio. Para la evaluación social del Plan de Negocios se tiene en cuenta el beneficio e impacto que genera el proyecto ante la comunidad Tumaqueña como es el aporte a la disminución del desempleo , etc.</p>	<p>Calculo del Flujo Neto con Financiación y sin financiación, Observación, Entrevistas y Encuestas.</p>

ANEXO L. MATRIZ DE NECESIDADES PARA LA INVESTIGACION DE MERCADO

OBJETIVOS	NECESIDAD DE INFORMACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS
<p>Objetivo 1: Estudiar la tendencia del consumo de Harina de Plátano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consume usted Harina de Platano? • Considera usted que la Harina a base de Platano nutre y alimenta a sus hijos? • Apoya usted la idea de crear una empresa productora y comercializadora de Harina a base de Platano en el municipio de Tumaco? 	<p>CLIENTES</p>	<p>ENCUESTA</p>
<p>Objetivo 2: Identificar los canales de distribución apropiados para el producto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Cuál es la marca de harina de plátano que más consume? • Dónde compra la harina de plátano que consume sus hijos? 	<p>CLIENTES</p>	<p>ENCUESTA</p>
<p>Objetivo 3: Cuantificar el tamaño del mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Con que frecuencia consume Harina de Platano? • Cuánto consume? • De cuántos gramos? • Considera usted que el precio de la harina de plátano que se vende en Tumaco, está acorde a la calidad del producto? • Cuánto pagaría usted por la harina de plátano fabricada y comercializada en el municipio de Tumaco? 	<p>CLIENTES</p>	<p>ENCUESTA</p>

