

# DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PILADORA Y COMERCIALIZADORA revision 2 DE ARROZ EN EL CANTÓN YAGUACHI

*por* Krysthel Victoria - Carlos Javier Castillo Escobar - Perez Rivera

---

**Fecha de entrega:** 19-ago-2019 04:48p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1161534425

**Nombre del archivo:** extracto\_2019818224138\_KRYSTHEL\_VICTORIA\_CARLOS\_JAVIER.docx (182.94K)

**Total de palabras:** 4841

**Total de caracteres:** 24783

## INTRODUCCION

El grano de arroz es considerado uno de los cereales más importantes a nivel mundial, ya que más de la mitad de la población del planeta lo consume, Ecuador desde épocas muy remotas se ha considerado un país mayormente agropecuario, ya que en él se originó el auge del cacao, luego el auge del banano, estos son las frutas que más marcan los rubros de exportación, pero de manera de producción interna el arroz es uno de los más consumidos por los ecuatorianos .(María Fernanda Alava Vera, 2018)

El grano de arroz es uno de los cereales mayormente consumidos por los ecuatorianos debido a los nutrientes que brinda, es uno de los cereales más importantes de consumo, según estudios realizados este no contienen gluten, una consecuencia del proceso de elaboración al momento de dejar el producto final se expone a muchos procesos en el cual pierde sus nutrientes, por esa razón también existe la comercialización del arroz integral, el cual posee todos sus nutrientes ya que no se somete al proceso de pulido, las propiedades son las siguientes: hierro, proteínas, fósforo.

En Latino América por sus condiciones climáticas y de suelo, el rendimiento del grano de arroz creció y alcanzo valores records, reflejo márgenes de ganancia a los agricultores, la mayor producción de este cereal fue Brasil, seguido de países como Uruguay, las Guayanas, Colombia, Perú, Ecuador y Chile. (FAO, 2017)

Para tener una buena producción de arroz se debe seguir los siguientes parámetros establecidos para el cultivo que son los siguientes: se debe usar semilla certificada. En siembra directa se usará 100 kg de semilla ha-1 y, para trasplante se establecerá semilleros con 60 kg en 150 m<sup>2</sup> lo cual cubrirá una ha. El distanciamiento de siembra será de 30 cm entre hileras y 20 cm entre plantas. Para el riego se mantendrá lámina de agua menor a 10 cm, la cual se drenará 15 días antes de la cosecha. Manejo de malezas los productos a utilizar deben basarse en las recomendaciones del Departamento Nacional de Protección

Vegetal (Sección Malezas) de la E.E. del Litoral Sur. Fertilización, se efectuará de acuerdo al análisis químico de suelos. El P y K debe incorporar antes de la siembra y el N en tres fracciones a los 15, 30 y 45 días de edad del cultivo en siembra directa; en el método de trasplante, a los 10, 30 y 50 días después de esta labor. Manejo fitosanitario, las evaluaciones de las principales plagas se realizarán durante todo el ciclo de cultivo y se procederá a su control si sobrepasan los umbrales de acción, para el caso de las enfermedades no se efectuarán aplicaciones de ningún plaguicida. Cosecha, se la realizará entre los 110 y 133 días después de la siembra, cuando el grano este maduro, según época y zona de cultivo, para saber que un grano está listo para ser cosechado se debe observar la humedad y su color. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2018)

En la provincia del Guayas se encuentra ubicado el cantón Yaguachi, conocido por su actividad agrícola, su cabecera cantonal es la ciudad de Yaguachi Nuevo, cada día este cantón crece, debido al incremento de las industrias en su sector, lo que le da un valor agregado al PIB. Según los censos el cantón dejó de ser netamente agroganadero, también ahora es agroindustrial. Se encuentra a 29 km de la ciudad de Guayaquil, su altura es de 15 m.s.n.m., su temperatura promedio es de 25°C lo que hace esta tierra perfecta para realizar sembríos.



## CAPÍTULO 1

### PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### Descripción del negocio

La empresa arrocera AgroCalle S.A. está dedicada al secado, envejecimiento, pilado y comercialización de arroz. Inicia sus actividades económicas en la ciudad de Yaguachi en el año 2013, ubicándose en el Km 20 de la Autopista - Durán Yaguachi a 400 metros del puente representativo del Canto. Está constituida por 2 galpones que próximamente se plantea hacer la ampliación de las instalaciones con 2 galpones adicionales, cuenta con amplias oficinas, parqueaderos y áreas verdes. Laboran 12 personas que se dividen entre la parte administrativa y quienes se dedican al área productiva.

Como se puede visualizar en el grafico son tres tipos de arroz que se produce en la empresa principalmente con sus respectivas marcas, aparte de esto también se ofertan en el mercado los subproductos que son el polvillo y el arrocillo. Este plan de negocio se enfoca en la producción que la industria tenga y en la rentabilidad de la misma. Los precios de estos varían mucho dependiendo de las marcas en las cuales expresaremos un rango en la siguiente tabla

De acuerdo a la tabla expresada el producto que tiene mayor valor monetario es el arroz envejecido a un precio mínimo de \$37,00 y máximo de \$42,00, su precio se justifica con la calidad que el producto proyecta, es mayormente es vendido en la región sierra. La empresa AgroCalle tiene la capacidad de producir 80 quintales de arroz por hora, dando como resultado 600 quintales en el día, en épocas de cosecha su

producción alcanza los 1000 quintales al día, también ofrece el servicio de pilado que tiene un costo de \$3 a \$4 por quintal.

### **Misión**

Procesar la gramínea del cereal arroz y obtener los múltiples derivados con la utilización de maquinaria moderna responsable con el medio ambiente y la exclusiva selección del grano, entregando un producto selecto y exclusivo a los consumidores

### **Visión**

Ser una empresa arrocera líder en la industria, satisfaciendo todas las necesidades a consumidores y clientes con todos los estándares de calidad y brindando excelente servicio.

### **Objetivo general**

Determinar la viabilidad técnica, administrativa financiera para la conformación de la piladora AgroCalle de arroz, mediante de un estudio de mercado y análisis técnico que garantice la rentabilidad de la empresa

### **Objetivo específico**

- Determinar el comportamiento del mercado de arroz.
- Analizar la demanda del mercado y sus necesidades
- Determinar los procesos administrativos, productivos, costos de producción, gastos, puntos críticos y comercialización de la cadena productiva.
- Diseñar los estados financieros, económicos proyectados.

## CAPÍTULO 2

### MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

#### **Análisis de mercado**

Según la American Marketing Association analizar el mercado significa recopilar de manera sistemática los registros y análisis de datos sobre los problemas relacionados con los bienes y servicios, esto nos permite tomar decisiones para el beneficio de la empresa y a su vez permite poner en marcha un marketing estratégico y operativo. (Gonzalez, 2018)

Según los censos del INEC en el 2018, la superficie sembrada de arroz a nivel nacional fue de 301.853 hectáreas. La producción se concentra en la provincia del Guayas con el 72,7% siendo esta posicionada como la principal provincia de cultivos de arroz. (INEC, 2018)

La superficie total cosechada de arroz en el 2018 fue de 298.298 hectáreas registrando una variación negativa del 16,7%. La producción de arroz para finales del 2018 y principios del 2019 fue de 1,4 millones de toneladas con una variación positiva del 26,6%. La provincia del Guayas, es la que más se dedica a la producción de este cultivo ya que concentra el 72,7% de la producción total. (INEC, 2018)

El Ecuador no solo es un país consumista si no también productor, cuenta con condiciones climáticas muy favorables para la siembra de este grano de arroz, la mejor época para cosechar la gramínea es en la veranera ya que en esta temporada sale un arroz de calidad, debido a las condiciones del suelo, este absorbe el suficiente agua y nutrientes que necesita para poder desarrollarse.

La venta y comercialización de arroz va creciendo cada vez más su mercado, cada día es más amplio ya que se empezó a comercializar a Colombia, eliminando las restricciones, de esta manera se eliminará la acumulación de cosecha debido a los contrabandos por parte del país vecino Perú.

Nuestro mercado de consumo está dirigido hacia bodegas, comercializadoras de arroz, industrias y restaurantes, donde analizaremos el comportamiento de la demanda.

Los cultivos de granos de arroz se producen en la Provincia del Guayas abastecen 67% del consumo ecuatoriano, La mayor concentración de empresas se encuentra en Guayas y Los Ríos, en 2016 habían registradas 71 empresas, estas proveían empleo a 454 personas. (CFN, 2018)

Desde el 2013 hasta el 2019 la exportación de este grano ha ido creciendo cada vez más siendo Colombia nuestro principal comprador.

### **Análisis de la demanda**

El producto de la gramínea de arroz es altamente importante en la dieta de la población ecuatoriana, ya que se consume alrededor de 53,2 kg anualmente del grano lo que da una equivalencia de 117 lb por cada habitante aproximadamente. debido a su elevado consumo, sus sembríos por hectárea se convierte en las mayores plantaciones, este hace crecer al PIB con el 9,2% de participación.( Bolsa de Valores de Guayaquil, 2014)

En el sector Agrícola existe una amplia gama de granos de arroz que están accesibles para cualquier tipo de economía que el cliente tenga, y cualquier tipo de destino que el grano vaya a tener, dependiendo la marca y la calidad del arroz sus precios varían entre \$28 a \$42 según la época de cosecha, también existe variedad de



arrocillos y polvillos que son económicos y tienen variedad de usos. La demanda del grano de arroz se encuentra desde personas para uso doméstico, restaurantes, tiendas o grandes empresas.

En base a la encuesta realizada pudimos darnos cuenta que el tipo de arroz que las personas consumen es el arroz coneejo, arroz flor, y coneejo envejecido.

“AgroCalle” ofrece productos totalmente de calidad, seleccionado a detalle el grano que llegara a la mesa de los consumidores, la política principal que la empresa tiene es simple darle variedad de granos al cliente, haciéndolo sentir en un ambiente cálido y agradable, que sienta que es una parte fundamental de la organización, por lo cual la proyección que la empresa tenga acogida en el mercado es muy alta ya que se brindara un excelente servicio en todos los aspectos y parámetros establecidos.

Los productos que se ofrecen están dirigidos a todo tipo de público, con el pasar del tiempo se plantea cubrir una mayor demanda a nivel provincial cubriendo la costa, sierra y Amazonia ecuatoriana con la finalidad de hacer reconocida nuestra marca a nivel nacional y obtener mayores ganancias.

### **Ventaja competitiva**

La empresa AgroCalle cuenta con bajos costos productivos ya que tiene excelentes maquinarias y un buen mantenimiento de ellas, esto casusa que sus productos tengan un precio bajo que los posicione en el mercado, un plus que se le agrega es la atención al cliente ofreciéndoles un servicio confortable.

### **Estructura Competitiva: Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter**

Los principales compradores que tiene AgroCalle son los centros de acopio, industrias y restaurantes ya que son el grupo que más demanda tiene del producto, la amenaza que tiene el grano son sus sustitutos, existen personas que por salud y nutrición reemplazan el grano de arroz por quinoa, cebada, trigo y avena.

### **Investigación de Mercado**

“Es el proceso de subdividir al mercado en diferentes subconjuntos de consumidores que se comportan de una misma manera o tienen necesidades y cualidades similares”. (American Marketing Association , 2006)

- **Variable Geográfica:** Comerciantes de las Provincias del territorio ecuatoriano
- **Variable Demográfica:** Lista de clientes de la piladora AgroCalle

#### **Por ocupación:**

- **Segmento 1:** Dueños o administradores de industrias
- **Segmento 2:** Dueños o administradores de centros de acopio
- **Segmento 3:** Dueños o administradores de restaurantes
- **Segmento 3:** Intermediarios

### **Delimitación del problema**

La investigación de mercado que se ha realizado permitirá a la empresa “AgroCalle” conocer aspectos muy importantes en la venta y comercialización del producto tanto en el cantón Yaguachi como los demás cantones de las diferentes provincias , se ha escogido la lista de clientes de la empresa para determinar la muestra de estudio de mercado, tomando en cuenta las cifras que

en esta se encontraba dando como resultado mil clientes, con los siguientes datos se procederá a aplicar la fórmula estadística establecida para determinar el tamaño de la muestra que se va a tomar.

#### **Tamaño de la muestra**

$$TM = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + p * q}$$
$$TM = \frac{1000(0.5+0.5)}{\frac{(1000-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5*0.05)}$$
$$TM = 278$$

#### **1) ¿A qué actividad se dedica?**

##### **Análisis**

En la primera pregunta se encuestó a 278 personas para saber a la actividad que se dedica, dando como resultado 50 agricultores, 150 dueños o agricultores y 78 intermediarios

##### **Interpretación**

Según los resultados arrojados en la encuesta nuestro potencial mercado son las personas dueñas o administradoras de negocio, seas centros de acopio, restaurantes o industrias, seguido de los intermediarios

#### **2) Indique qué producto es de su mayor interés**

##### **Análisis**

En esta pregunta de la encuesta se puede observar que el producto más adquirido para consumo es el arroz con el 58% seguido del arrocillo.

### **Interpretación**

En primer lugar, el producto más consumido por las personas en el grano de arroz que es la opción que más porcentaje tuvo en la tabulación, seguido del arrocillo que también es consumido por las personas, quedando en último lugar el derivado del arroz polvillo que es para consumo de los animales.

### **3) Al momento de adquirir uno de los productos mencionados en el literal ¿por qué motivo realiza su compra?**

#### **Análisis**

Al realizar la encuesta a 278 personas se puede analizar que la mayoría de los consumidores adquieren el producto para comercializarla en industrias y centros de acopio, seguido de restaurantes y tiendas.

#### **Interpretación**

El 48% de los consumidores utilizan el grano para la comercialización entre industrias, mostrando que es nuestro mercado potencial, también se obtiene en los datos un mercado pequeño pero que no debe ser descuidado, y es la producción de derivados para consumo animal

### **4) Qué es importante para usted al momento de adquirir un producto**

#### **Análisis**

En esta pregunta de la encuesta realizada nos arroja datos muy similares en cuanto la importancia de adquirir el producto, se puede observar que para el cliente es muy importante el precio y la calidad al momento de realizar su compra.

### **Interpretación**

Para las personas es muy importante el precio ya que es la variable que puede cuantificar sus ganancias y d como resultado el 31% del valor de la encuesta, pero a su vez también se guía por la calidad del grano, otro grupo supo describir que para ellos es muy importante la marca del producto ya que sus consumidores así lo requieren.

### **5) ¿Ha adquirido Ud. alguna de estas marcas de arroz?**

#### **Análisis**

En la siguiente pregunta realizada a los encuestado se puede observar que al momento de realizar la compra de la gramínea prefieren la marca conejo por su calidad y porque la marca está muy posicionada en el mercado, muy seguido se encuentra también la marca oso que también en muy preferida por los consumidores, la marca propia de AgroCalle aún no es conocida en el mercado.

#### **Interpretación**

El 30% de los encuestados prefieren la primera opción al momento de realizar sus compras, posteriormente la 2da marca se encuentra muy seguida con el 29% ya que se considera una opción muy económica y rentable, la marca Don Juan con el 6% y Águila Dorada no son tan conocidas dentro de los consumidores.

### **6) ¿Cómo usted prefiere que se le despache el arroz?**

#### **Análisis**

En la siguiente pregunta los encuestados reflejan que la mejor manera de despachar la gramínea es por medio de quintales, luego en arrobas para la

venta en los respectivos negocios y a granel cuando las cargas son grano cascara.

### **Interpretación**

Se interpreta con los datos procesados que la gramínea se debe despachar mayormente en quintales ya que es lo requerido por los compradores con el 60% y en arrobas con el 29%.

## **7) ¿Cómo usted distingue la calidad del arroz?**

### **Análisis**

En esta pregunta se puede observar que más de la mitad de los encuestados reconocen la calidad del arroz por los diferentes grados de humedad que estos posean, ya que es importante al momento de pasar la gramínea al proceso de envejecimiento y este no se quiebre y produzca pérdidas de producción

### **Interpretación**

En esta pregunta se observa que el 53% de los encuestados reconocen un arroz de calidad variando los granos de humedad que este posea, otro grupo lo reconoce por la variedad del grano representado el 29% de la encuesta y el 18% se deja llevar por la presentación del saco

## **8) ¿Con que frecuencia usted compra el grano?**

### **Análisis**

Analizando la siguiente pregunta respondida por los encuestados las personas realizan sus compras principalmente de manera semanal ya que el giro del negocio exige estar en constante movimiento de inventarios, otra parte de las personas realizan sus compras de manera quincenal ya que esperan a recuperar su capital de negocio,

### **Interpretación**

En esta pregunta el 56% de los encuestados respondieron que realizan sus compras de la gramínea de manera semanal, el 29% realizan sus compras de manera quincenal ya que esperan la recuperación de capital y el 12% las realizan de manera mensual debido a que no cuentan con mucho capital de trabajo.

### **9) ¿Cómo reaccionaría usted si se le ofrece una marca diferente de arroz?**

#### **Análisis**

En esta pregunta se puede analizar que las personas encuestadas al momento de darles una nueva marca de producto llevan pocas unidades para saber cómo reaccionan sus clientes, otro grupo de personas no prefieren arriesgarse por un producto desconocido y deciden no adquirirlo.

#### **Interpretación**

El 55% de las personas a las que se les aplicó la siguiente encuesta al momento de ofrecerles una nueva variedad de producto toman la decisión de llevar pocas unidades, mientras otro porcentaje que el 31% no lo lleva, también existe otro grupo que representa un 14% que le da lo mismo la marca de producto y se arriesga a adquirirlo.

**10) ¿Qué característica debe poseer el producto para que usted pueda realizar la compra?**

**Análisis**

Según lo encuestado la característica que debe poseer el producto para ser comprador es que debe ser rendidor ya que es uno de los requisitos fundamentales para que nuestros clientes puedan comercializar el grano, seguido de esto una característica más que debe poseer es que sea graneado este tipo de grano se comercializa más en la zona Costa y Oriente, pero en la zona Sierra los clientes lo prefieren con característica pastosa

**Interpretación**

El 46% de los clientes prefieren el grano que sea rendidor, así se demuestran en la cifra obtenida de la siguiente encuesta, otra característica que este deba poseer es que sea graneado y este refleja un el 26%



## **CAPÍTULO 3**

### **UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS**

#### **Tamaño**

La empresa AgroCalle se encuentra clasificada como mediana empresa así la clasifica la “ Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante resolución, acogió la clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente”(Camara de Comercio de Quito, 2017). Y está compuesta 10 a 49 personal ocupado.

#### **Logo**

El color utilizado en el logo refleja el nombre de la empresa con todos representativos del sector agrícola, donde en su centro lleva una espiga de arroz de color amarillo representativa de la actividad que realiza, segundo de un campo verde que muestra los cultivos de que simboliza al sector agrario

#### **Slogan**

Se definió el siguiente slogan porque aquí se hace referencia el producto final después de una cosecha, siempre será pensado el mejor producto altamente selectado para los consumidores con la mejor calidad.

## CAPÍTULO 4

### ESTUDIO ADMINISTRATIVO

#### 1.1. Tipo de organización

“Agro Calle” como tipo de organización se puede clasificar como una empresa comandita simple que en su ley en el artículo 59 cita lo siguiente <sup>2</sup> La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes (Ley de compañías , 1999)

También esta empresa se encuentra dedicada al sector primario, que son las actividades basadas en las extracciones de materias primas, en este caso las cosechas de la gramínea.

## CAPÍTULO 5

### ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

#### 1.2. Normativa relacionada con el emprendimiento

De acuerdo a la actividad que se desempeñará la pyme deberá cumplir con los siguientes requisitos que se estipulan en la ley de Súper Intendencia de Compañías, Valores y Seguros.

##### Constitución

- Para constituir el nombre se deberá elaborar una <sup>3</sup> especie de compañías donde puede consistir en la razón social o denominación objetiva, que deberá ser debidamente aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías (Super Intendencia de Compañías y seguros, 2018).
- <sup>1</sup> Formulario 01-A debidamente lleno y suscrito por el representante legal de la compañía contribuyente.
- <sup>1</sup> escritura de constitución de la compañía, inscrita en el Registro Mercantil, original y copia
- Nombramiento del representante legal de la compañía, original y copia de la misma.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la compañía.
- <sup>1</sup> Contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.

- Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre de la compañía.
- Copia de cédula y papeleta de votación del propietario del inmueble. ( Camara de Comercio de Quito, 2018)

#### **Permisos municipales**

- Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado.
- Copia del RUC
- Original y copia o copia certificada del documento que sustente la creación de la sociedad de acuerdo a cada tipo de sociedad.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos. ( Camara de Comercio de Quito, 2018)

#### **Permisos de funcionamiento**

- “Copia del Registro Único del Contribuyente
- Formulario único de solicitud de licencia.
- Copia de la cédula o pasaporte y papeleta de votación.
- Copia de los estatutos inscritos en el Registro Mercantil o del Acuerdo Ministerial de aprobación, si se tratara de una organización sin fin de lucro.
- Copia de la resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria del Municipio, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal” ( Camara de Comercio de Quito, 2018).

1

### **Registro de la marca**

La marca es un signo que distingue a un producto o servicio de otros que subsisten en el mismo mercado. El registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, IEPI, concede al emprendedor titular, una serie de derechos y beneficios. Para registrar la marca es recomendable que previo a la presentación de la solicitud de registro, el interesado realice una búsqueda fonética, la cual permite verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. La tasa por esta verificación es de 16 dólares, misma que debe ser cancelada en el Banco del Pacífico. ( Camara de Comercio de Quito, 2018)

### **Descripción del impacto ambiental**

En la implementación de la empresa AgroCalle llevará a cabo varias actividades que debido a sus procesos industriales dejaran impactos ambientales ya sea de manera negativa como positiva por lo cual deberá realizar acciones de mitigación para contrarrestar los procesos negativos, la institución contara con maquinarias eco amigables para concientizar a las demás industrias que se puede producir sin dejar daños que marquen el ecosistema, las herramientas que se usaran en la institución son las siguientes :

### **Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)**

La empresa Agro Calle está totalmente consiente del impacto ambiental que tendrá la implementación del negocio, sea en aspectos negativos como positivos, siendo una empresa industrial en la cual implica muchos procesos negativos por eso

se establece un plan de mitigación para contrarrestar el daño y este se reduzca o se elimine y así cumplir con todas las normativas estipuladas para el cuidado ambiental.

## **CAPÍTULO 6**

### **ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **Activos Fijos**

En la tabla proyectada de activos fijos se observa se puede apreciar todas las cuentas que la empresa posee, estas son muy importantes para el funcionamiento de AgroCalle, entre los rubros contamos con los equipos de oficina que son todas las adecuaciones que tendrán los empleados para realizar correctamente su trabajo, así mismo los equipos de computación donde habrán todos los programas para registrar las transacciones de una manera adecuada, en propiedad planta y equipo están todas las maquinarias para el funcionamiento de la planta y a su vez se registra el valor del edificio y el terreno donde se encuentra.

#### **Tabla de amortización**

En la siguiente tabla de amortización del préstamo bancario se pueden observar todos los pagos mensuales que se harán por el periodo de 10 años con una tasa de interés del 9,76%, el valor a cancelar cada mes de \$6.462,56 es decir se terminara cancelando el valor de \$ 285.649,91 adicional al prestado requerido.

**Tabla de depreciación**

Las diferentes cuentas que se va a depreciar en la institución varían según su vida útil estimada, algunos activos se encuentran estimados en un rango de 7,10 y 20 años. Las depreciaciones se van a efectuar dependiente a los artículos citados en el código orgánico.

**Proyección de Ingresos**

La proyección de ventas que se ha realizado a la empresa AgroCalle tanto mensual como anual arroja un escenario positivo, ya que se han cumplido todas las metas establecidas para que la piladora tenga rentabilidad, llegando a general valores de \$2 .628.549,54 en su último año.



## **CAPÍTULO 7**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

En la siguiente tabla se puede observar el balance inicial de la empresa AgroCalle reflejando un total de activos de \$1.003.305,00 y así mismo se puede observar los pasivos de la institución dando como resultado el mismo valor aplicado la formula contable, lo que demuestra que todas sus cuentas se encuentran totalmente equilibras lo cual no representaran problemas futuros.

#### **Balance general proyectado**

Se puede observar que la piladora AgroCalle ha tenido un desarrollo muy favorable en el periodo establecido de 10 años, ya que su patrimonio va creciendo periódicamente, en el año 0 se realiza la compra de todos sus activos, es por eso en los siguientes periodos no se observa la compra de estos, se incrementan las ventas lo que hace que la empresa sea rentable

#### **Flujo de Caja**

La empresa AgroCalle cuenta con un total de ingresos no operativos de \$ 500.000,00 dado los resultados en el flujo de efectivo lo más recomendado es que se menoren todos los gastos que la empresa realiza, para de esta manera mejorar la situación financiera de la misma

**Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)**

La rentabilidad del negocio de la implementación de la piladora es viable ya que se muestra un van del negocio de \$ 1.675.535,80 y una TIR del 79% lo que hace que estas cifras sea a beneficio de la empresa.

**Análisis de sensibilidad**

El plan de negocio de la empresa AgroCalle es viable, ya que presentando un escenario negativo con la reducción de sus ingresos de 20% y de la misma manera a sus gastos dentro de un periodo de 5 años aun genera rentabilidad

## CONCLUSIONES

Una vez que se elaboró el plan de negocios de la empresa piladora “AgroCalle” y de haber realizados los estudios técnicos, administrativos y financieros que considera como objetivo principal demostrar la rentabilidad de la implantación de este negocio, y posicionarla en el mercado de la industria.

La empresa se encuentra ubicada en una zona netamente agrícola, donde está cerca de diferentes plantaciones del grano de arroz, la provincia del guayas cuenta con una producción aproximada de 1.035.344 TM. El estudio técnico realizado permitió conocer el valor total de la inversión para la construcción de una piladora de arroz que es de \$ 1.003.305,00 que corresponde al valor total del financiamiento bancario con valor de \$500.000,00 que da como porcentaje 49,84% más aporte de los socios del 50,16% que corresponde al valor de \$ 503.305,00 el valor del préstamo será pagado dentro del plazo de 10 años con una tasa de interés del 9,76%.

El flujo de caja proyectado presenta una TIR del 50 % y una VAN del negocio de \$ \$1.675.535,80 así mismo se proyectó los mismo indicadores a los inversionistas, dando como resultado un TIR del 79% y un VAN del \$ \$ 2.679.307,07 esto proyecta la rentabilidad del siguiente proyecto, también se hizo el análisis de sensibilidad mastranto un escenario pesimista, a pesar de subir los costos de producción y la reducción de ingresos de un 20% sigue habiendo rentabilidad en la proyección de 6 años, lo cual refleja que plantear como negocio una piladora de arroz es rentable.

## **RECOMENDACIONES**

- Tener una variedad de productos en stock para los diferentes gustos y necesidades del cliente, en cuanto a marca, tipo de grano y precio
- Fortalecer el manual de funciones de los empleados, para que así estén capacitados para cada actividad que deben realizar
- Tener en operación los equipos solo cuando los procesos lo requieran, para de esta manera reducir costos
- Realizar un estudio de mercado periódicamente para así captar más clientes y dar a conocer la piladora
- Realizar muestras de arroz con la marca de la piladora para así posicionarla en el mercado
- Realizar mantenimientos a las maquinarias como medida preventiva
- Bajar los costos de producción



# DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PILADORA Y COMERCIALIZADORA revision 2 DE ARROZ EN EL CANTÓN YAGUACHI

## INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[www.ccq.ec](http://www.ccq.ec)

Fuente de Internet

5%

2

Submitted to Universidad San Francisco de Quito

Trabajo del estudiante

1%

3

[joselitonaranjos.wikispaces.com](http://joselitonaranjos.wikispaces.com)

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 25 words

Excluir bibliografía

Activo