



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO  
EXTERIOR**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO DE LA EMPRESA PROIFRUT  
S.A, DEL CANTÓN QUINSALOMA-ECUADOR, HACIA EL MERCADO DE  
HOLANDA, AÑO 2013”.

**AUTOR**

**DIEGO VINICIO VERDEZOTO ESPINOZA**

Riobamba – Ecuador

2015

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO DE LA EMPRESA PROIFRUT S.A, DEL CANTÓN QUINSALOMA-ECUADOR, HACIA EL MERCADO DE HOLANDA, AÑO 2013”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por el Sr. DIEGO VINICIO VERDEZOTO ESPINOZA, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

ING. JUAN ALBERTO ÁVALOS  
**DIRECTOR DE TESIS**

ING. GABRIEL PILAGUANO  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Yo, DIEGO VINICIO VERDEZOTO ESPINOZA, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**DIEGO VINICIO VERDEZOTO ESPINOZA**

## **DEDICATORIA**

A las personas más importantes en mi vida, mis padres José y Martha, a mi hermano Edison, quienes fueron mi apoyo incondicional en todo momento de mi trayectoria estudiantil, por motivarme y darme la mano cuando lo necesitaba; gracias por estar siempre a mi lado.

A Juan Alberto y Gabriel quienes con su paciencia y apoyo, sacrificaron su tiempo para que yo pudiera cumplir con mi meta, ahora puedo decir que este trabajo de titulación lleva mucho de ustedes.

Con todo mi cariño esta tesis se las dedico.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de concluir con satisfacción mi tesis.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas a los docentes de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior, por haber sido una fuente de conocimiento que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional y en especial al Ingeniero Juan Alberto Avalos mi tutor, por su ayuda y apoyo incondicional para la conclusión de este trabajo.

Al Señor Ángel Urbano gerente propietario de PROIFRUT S.A por brindarme la apertura necesaria en su empresa para la elaboración de mi tesis.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Caratula	i
Certificación Del Tribunal	ii
certificado De Responsabilidad	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de Contenido	vi
Índice de Tablas	xiii
Índice de gráficos	xii
Resumen Ejecutivo	xiii
Executive Abastract	xiii
Introducción	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA</b>	<b>2</b>
1.1 Antecedentes del Problema	2
1.1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.2 Formulación del problema	3
1.1.3 Delimitación del problema	3
1.2. Objetivos	3
1.2.1. Objetivo general	3
1.2.2. Objetivos específicos	3
1.3. Justificación	4
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>6</b>
2.1. Fundamentación teórica	6
2.1.1. ¿Qué es un plan de exportación?	6
2.1.2. Etapas de un plan de negocios	7
2.2 Marco Conceptual	15
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>21</b>

3.1.	Hipótesis	21
3.1.1.	Hipótesis general	21
3.2.	Variables	21
3.2.1.	Variable independiente	21
3.2.2.	Variable dependiente	21
3.3.	Tipo de investigación	21
3.3.1.	Método de investigación	21
3.3.2.	Técnicas de investigación	22
3.3.3.	Instrumentos de investigación	22
	<b>CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO</b>	<b>23</b>
4.1.	Generalidades de PROIFRUT S.A	23
4.1.1.	Antecedentes	23
4.1.2.	Historia	24
4.1.3.	Constitución	24
4.1.4.	Ubicación	25
4.1.5.	Actividad económica	25
4.1.6.	Misión	27
4.1.7.	Visión	27
4.1.8.	Valores	27
4.1.9.	Organigrama	28
4.2.	Diagnóstico de Proifrut S.A	29
4.2.1.	Capacidad de producción de proifrut s.a	29
4.2.2.	Clientes	29
4.2.3.	Competencia	29
4.2.4.	Mercado internacional de proifrut s.a	30
4.2.5.	Análisis foda	30
4.3.	Análisis del producto	32

4.3.1.	El cacao	32
4.3.2.	Propiedades Del Cacao	33
4.3.3.	Proceso De Cultivo Del Cacao	33
4.3.4.	Principales Productores De Cacao En El Mundo	36
4.4.	Generalidades De Holanda	38
4.4.1.	Economía	39
4.4.2.	Población	40
4.4.3.	Moneda	40
4.4.4.	Idioma	40
4.4.5.	Gustos Y Preferencias	40
4.4.6.	Demanda Del Producto	42
4.4.7.	Comercialización	45
4.4.8	Precios Del Producto	46
4.4.9.	Estrategias Para Negociar Con El Mercado Meta	46
4.5.	Aspectos Operacionales	47
4.5.1.	Proceso De Producción	47
4.5.2.	Acuerdos Comerciales Con La Unión Europea	61
4.5.3.	Clasificación Arancelaria	62
4.5.4.	Requisitos Para Exportar	63
4.5.5.	Requisitos Para Exportar Productos Orgánicos	64
4.5.6.	Pre Y Post Embarque	65
4.5.7.	Documentos Para Exportar	66
4.5.8.	Elección De La Forma De Pago Y Formalización Legal	67
4.5.9.	Incoterm	69
4.6	Estudio De Viabilidad Financiera	74
4.6.1	Criterios De Proyección	75
4.6.2	Exportación	75



4.6.3	Costo	76
4.6.4	Inflación	76
4.6.5	Incremento De Sueldos	77
4.6.6	Prima De Seguros (Pólizas)	78
4.6.7	Precio De Exportación	79
4.6.8	Capital De Trabajo	79
4.7.	Inversiones	80
4.7.1	Inversión Inicial	80
4.7.2	Activos Fijos Tangibles	81
4.7.3	Edificios	81
4.7.4	Maquinaria	81
4.7.5	Equipos Y Herramientas	82
4.7.6	Equipo De Oficina	83
4.7.8	Equipos De Computación	84
4.7.9	Muebles Y Enseres	84
4.7.10	Activos Fijos Intangibles	85
4.7.11	Capital De Trabajo	85
4.8	Financiamiento	86
4.9	Costos Y Gastos	86
4.9.1	Presupuesto De Costos De Producción	86
4.9.2	Materia Prima	86
4.9.3	Mano De Obra Directa	87
4.9.4	Materiales Indirectos	88
4.9.5	Costos Generales De Fabricación	88
4.10	Presupuesto De Gastos	89
4.10.1	Gastos Administrativos Y Ventas	89

4.10.2 Depreciaciones Y Amortizaciones	91
4.10.4 Evaluación financiera	97
4.11 Análisis de sensibilidad	103
Conclusiones	107
Recomendaciones	108
Bibliografía	109
Webgrafia	110

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Productores de cacao	37
Tabla 2: Importaciones de cacao en Holanda	43
Tabla 3: Lista de los mercados proveedores de Licor de cacao a Holanda	44
Tabla 4: Producción mundial de cacao	45
Tabla 5: Tipo de contenedores	60
Tabla 6: Supuestos	75
Tabla 7: Tasas de Inflación anual	76
Tabla 8: Ecuador, Porcentajes de incremento de sueldos por años	78
Tabla 9: Prima de seguros, por aseguradora	79
Tabla 10: Total Inversiones	80
Tabla 11: Presupuesto construcciones	81
Tabla 12: Presupuesto maquinaria	82
Tabla 13: Presupuesto equipos y herramientas	83
Tabla 14: Presupuesto equipo de oficina	83
Tabla 15 :Presupuesto equipo de computación	84
Tabla 16: Presupuesto muebles y enseres	84
Tabla 17 :Presupuesto gastos de constitución	85
Tabla 18 :Presupuesto capital de trabajo	86
Tabla 19:Presupuesto materia prima	87
Tabla 20:Presupuesto mano de obra directa	87
Tabla 21 :Presupuesto materiales indirectos	88
Tabla 22: Presupuesto costos generales de fabricación	88
Tabla 23:Presupuesto gastos administrativos	89
Tabla 24 :Presupuesto Gastos de Exportación Directos	90
Tabla 25: Presupuesto Gastos de Exportación Indirectos	90
Tabla 26 :Depreciación activos fijos	91
Tabla 27:Amortización activos diferidos	91
Tabla 28 :Proyección de ingresos	92
Tabla 29 :Proyección de costos totales	93
Tabla 30: Balance general	94
Tabla 31 :Estado de resultados	95
Tabla 32 :Flujo de fondos Proyectado	96
Tabla 33. Cálculo del VAN con y sin crédito	98
Tabla 34. Cálculo de la TIR con y sin crédito	99
Tabla 35: Tabla Sensibilidad de la TIR	99
Tabla 36. Cálculo de la RB/C con y sin crédito	100
Tabla 37. Cálculo de la PRI	101
Tabla 38. Datos cálculo punto de equilibrio	102
Tabla 39: Análisis de sensibilidad (Situación optimista)	104
Tabla 40: Análisis de sensibilidad (Situación pesimista)	105
Tabla 41. Análisis de sensibilidad (Situación actual)	106

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PROIFRUT S.A.....	23
Gráfico 2: Ubicación de la Empresa .....	25
Gráfico 3: Fruta de Cacao .....	26
Gráfico 4: Proifrut S.A.....	26
Gráfico 5: Cacao .....	32
Gráfico 6: Bandera de Holanda .....	38
Gráfico 7: Canales de Comercialización .....	45
Gráfico 8 : Diagrama de Procesos .....	48
Gráfico 9 : Recepción de materia prima .....	49
Gráfico 10: Preso del grano .....	50
Gráfico 11 : Prueba de corte .....	51
Gráfico 12: Clasificadora.....	52
Gráfico 13 : Tostadora .....	53
Gráfico 14: Sistema de enfriamiento .....	53
Gráfico 15 : Descascarillado.....	54
Gráfico 16 : Molino .....	55
Gráfico 17 : Tostadora .....	56
Gráfico 18 : Envase.....	57
Gráfico 19 Embalaje .....	58
Gráfico 20: Almacenaje .....	59
Gráfico 21 : Manipulación.....	59
Gráfico 22 : Transporte terrestre.....	60
Gráfico 23 : Contenedor de 20´ .....	61
Gráfico 24 .....	66
Gráfico 25 : INCOTERM 2010 .....	70
Gráfico 26 : VAN y TIR del proyecto .....	100
Gráfico 27 : Punto de equilibrio .....	103

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Esta investigación surge por la necesidad de conocer el proceso logístico para poder realizar la exportación de licor de cacao, debido a que PROIFRUT no cuenta con un plan de exportación que le permita conocer dicha situación y el mercado meta.

El objetivo general del presente trabajo de investigación es elaborar un Plan de Exportación de Licor de Cacao de la empresa PROIFRUT S.A, del cantón Quinsaloma-Ecuador, hacia el mercado de Holanda, año 2013.

Para alcanzar con el objetivo se empezó por conocer las generalidades de la empresa, se realizó un diagnóstico de PROIFRUT para determinar la capacidad productiva, principales competidores y clientes nacionales e internacionales para establecer el análisis FODA de la empresa, se continuó por describir al cacao, su proceso de cultivo, valor nutricional, beneficios para la salud del ser humano, se conoció a los productores y exportaciones mundiales de cacao.

Este plan de exportación investigó al mercado de Holanda y permitió conocer factores económicos, políticos, sociales culturales y competidores los cuales están directamente involucrados con el cacao, así como también los gustos y preferencias de los holandeses.

Después se detalla el proceso operativo desde la producción de cacao hasta la elaboración de licor de cacao, certificados y documentos necesarios que PROIFRUT debe cumplir para exportar licor de cacao hacia Holanda, también se determinó la forma de pago más adecuada para realizar la transacción y posteriormente se desarrolló el análisis financiero para ejecutar la actividad exportadora.

## **EXCECUTIVE ABSTRACT**

The research aims to know the logistical procedure to develop the export of cocoa liquor, due to PROIFRUT does not have an export plan in order to know the current situation and the target market.

The general objective of this research is to develop an Export Plan of Cacao Liquor at PROIFRUT S.A from Quinsaloma in Ecuador to Netherlands Market during 2013.

To achieve the goal it was started to study the company generalities, it was made a diagnosis at PROIFRUT to determine the production capacity, main competitors and domestic and international customers to establish the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis from the company, it was continued to describe the world cacao producers and exporters.

This export plan investigated the Market in Netherlands and thereby economic, political, social, cultural factors and competitors were known, in which are involved with cacao production and also tastes and preferences of Dutch.

Then it was detailed the operating process from cocoa production to the preparation of cocoa liquor, certificates and documents that PROIFRUT have to acquire to export the cacao liquor to Netherlands, it was also determined the most suitable form of payment for the transaction and then, it is was developed the financial analysis to execute the export activity.

## INTRODUCCIÓN

En el año 2011 se lograba obtener un gran desarrollo en la empresa Proifrut S.A, no solo en cuestión de mercados sino también en la producción de materia prima.

Se ha desarrollado un mejor pensamiento empresarial dentro del directorio que es muy necesario para manejar los recursos en una forma más sostenible y las relaciones comerciales a nivel nacional e internacional.

El nuevo plan de la exportación de licor de cacao es un gran reto pero también una gran oportunidad para ingresar a mercados internacionales en nuestro caso a Holanda, los mercados son de una importancia sumamente alta para el futuro éxito de la empresa Proifrut S.A

Por tal razón la búsqueda de mercados tiene que apuntar a esa meta, que requiere un trabajo motivado y competitivo.

Este estudio se orientará al perfil de comercialización y exportación para el producto licor de cacao, mediante el desarrollo de un plan de entrada al mercado de Holanda de la empresa “PRIFRUT S.A”, donde se analiza los costos de financiamiento y comercialización con un estudio de mercado para llegar a una exportación, en el cual se evaluará las posibilidades que ofrece un producto líder de la oferta agro-exportadora, con una oportunidad para incursionar en mercados interesados contamos con ventajas competitivas en el concepto innovador, ecológico, social y cultural que contiene el licor de cacao.

El presente proyecto tiene la finalidad de establecer la rentabilidad económica de la producción en Ecuador de cacao y licor de cacao; y su comercialización enfocada hacia el mercado de Holanda.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

### **1.1.1 Planteamiento Del Problema**

El Ecuador es y siempre ha sido un país agrario, con un comercio justo que ha brindado una mayor apertura comercial a las pequeñas y medianas asociaciones de productores, lo que ha generado que muchas de estas asociaciones se interesen cada vez más por las oportunidades que ofrecen nuevos mercados.

Es por esta razón que el presente proyecto describe el proceso de implementación de una planta artesanal, en este caso, procesadora de licor de cacao.

El cacao es uno de los símbolos más significativos de nuestro país.

Durante casi un siglo el orden social y económico ecuatoriano se ha desarrollado alrededor del mercado nacional e internacional del cacao. Hoy el Ecuador posee una gran superioridad, ya que más del 70% de la producción mundial del cacao fino y de aroma se encuentra en nuestras tierras convirtiéndose en el mayor productor a nivel internacional.

El Ecuador está logrando consolidarse como principal productor y exportador de cacao en América del Sur y Europa, pues el país posee 415 mil hectáreas de sembríos de cacao aumentando el 10% anualmente, exportando alrededor de \$400 millones y su producción anual es de 165 mil a 185 mil toneladas métricas, en donde varios países principalmente Holanda no satisfacen el nivel de demanda de sus consumidores.

Por consiguiente este plan de exportación va enfocado a la producción y elaboración de Licor de Cacao en la empresa “Proifrut S.A” de la provincia de los Ríos, del catón Quinsaloma los cuales tendrán una guía para poder exportar un producto elaborado en nuestro país como es el “Licor de Cacao” el mismo que es muy apetecido en el mercado de Holanda.

La empresa “Proifrut” inicia sus actividades en Abril del 2002. Nace como una idea visionaria de su propietario el Ing. Ángel Darwin Urbano Quinchuela.



Inició sus operaciones como una comercializadora de cacao, la misma que vende sus productos en la provincia de los Ríos y en Guayas.

La visión, emprendimiento y entereza llevó a contactar mercados en el exterior para expandir su mercado, los mismos que ávidos de adquirir mayores volúmenes de cacao nacional fino de aroma no dudaron en entablar estrechas relaciones comerciales los países del exterior.

Sus Instalaciones están conformadas por una edificación de tres pisos donde funciona la parte administrativa de la empresa, también cuenta con un galpón de 600 m<sup>2</sup> donde se almacena el cacao para su exportación, existe también un centro de acopio de 750 m<sup>2</sup> donde se destinara a almacenar el producto que se disponen a elaborar (Licor de cacao).

### **1.1.2 Formulación del Problema**

¿De qué manera influye en la empresa “PROIFRUT S.A” del cantón Quinsaloma Provincia de Los Ríos, la exportación del producto “Licor de Cacao” a mercados internacionales?

### **1.1.3 Delimitación del Problema**

Proyecto para la exportación de licor de cacao para la empresa “PROIFRUT S.A” ubicada en el cantón Quinsaloma, Provincia de los Ríos hacia el mercado de Holanda en el año 2013”.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo General**

Promover la exportación de “licor de cacao” de la empresa “PROIFRUT S.A” ubicada en el cantón Quinsaloma, provincia de los Ríos hacia el mercado de Holanda.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Elaborar un plan de negociación del licor de cacao para su exportación
- Identificar los canales de comercialización del licor de cacao.

- Establecer la viabilidad financiera de la propuesta de exportación.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El Ecuador desde siempre ha sido un país reconocido mundialmente por la gran diversidad en flora y fauna, rico naturalmente, con un clima excepcional en cada una de las regiones del país, con grandes ventajas comparativas y por supuesto de gente trabajadora.

Sin embargo, en el ámbito productivo, por años el Ecuador se ha dado a conocer únicamente como un país exportador de materia prima como el banano y el petróleo; y altamente importador de productos elaborados.

Este modelo de producción, que ha concentrado la riqueza en pocas manos y creado dependencia de la economía nacional, no ha facilitado el despegue de la era productiva e industrial del Ecuador.

Por ello, ahora el Gobierno Nacional incluye como uno de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir, impulsar la transformación de la matriz productiva basados en cuatro pilares que apuntan directamente a disminuir las importaciones, aumentar las exportaciones de productos no tradicionales, dar valor agregado a los productos de exportación y finalmente invertir en tecnología.

El apoyo gubernamental y de ONGs a las MIPYMES ha sido fundamental para los productores que desean incurrir en el mercado nacional e internacional, en la actualidad existen organismos que brindan apoyo y asesoramiento técnico a los productores como es el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca), el IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria) y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, creados por el Estado para apoyar, alentar y fomentar a que sean los mismos productores los que se conviertan en exportadores directos.

En vista de todo el apoyo que brinda el gobierno a los pequeños productores, PROIFRUT S.A incursiona en el mercado con productos de comercio justo 100%

natural, no cabe duda que uno de los productos no tradicionales en este caso el CACAO, ha tenido reconocimiento mundial por ende ha garantizado que nuestra empresa sea visionaria.

Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas asociadas PROIFRUT S.A este proyecto tiene la finalidad de apoyar con una guía que facilite el proceso de exportación de Licor de Cacao hacia Holanda.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

La empresa “PROIFRUT S.A”, somos una empresa ecuatoriana, con altos estándares de calidad y confianza dedicados a la producción directa de cacao, por lo cual tenemos excelentes respuestas de nuestros clientes que están satisfechos ya que es un arduo trabajo el que hemos venido realizando para poder ofrecer un producto en óptimas condiciones y buena calidad. Todo esto nos ha venido impulsado a seguir adelante mejorando día a día la calidad de lo nuestro, por tal razón nos hemos visto en la necesidad de ampliar nuestro mercado hacia territorios internacionales como Holanda debido a la demanda que existe en ese país de nuestro producto (Cacao).

Además se cuenta con los recursos necesarios para exportar el producto, lo que al mismo tiempo al realizarlo con un valor agregado se convertirá en el mercado internacional en un producto competitivo teniendo una buena acogida y satisfaciendo de la demanda que existe en dicho país.

En la actualidad la exportación es uno de los elementos de suma importancia tanto para las empresas como para los países, puesto que de esta forma se da a conocer el producto internacionalmente beneficiando tanto al consumidor como al productor.

#### **2.1.1. ¿Qué es un plan de exportación?**

Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional.

Es definir adecuadamente una estrategia de entrada a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable.

Un buen plan de exportación debe ser:

- Sencillo
- Realista
- Congruente
- Eficaz

### **2.1.2. Etapas de un plan de negocios**

De acuerdo a los requerimientos necesarios para la exportación de Licor de Cacao hacia el mercado de Holanda se ha sugerido utilizar el modelo de “Plan de negocios de exportación de Bancomext” ya que se orienta más a las pequeñas y medianas empresas. Basándome en la guía BANCOMEXT para elaborar un PLAN DE NEGOCIOS, las etapas son las siguientes.

1. Resumen ejecutivo
  - Producto
  - Planteamiento global del proyecto
  - Mercado meta
2. Análisis de la empresa
  - Misión empresarial
  - Misión
  - Visión
  - Objetivos
  - Metas
  - Fortalezas y debilidades
3. Análisis del producto
  - Descripción del producto
  - Envase y embalaje
4. Análisis y selección del mercado meta
  - Descripción de la industria
  - Participación nacional
  - Selección del mercado meta
  - Barreras arancelarias y no arancelarias
  - Precio, margen y distribución
  - Inconterms
  - Logística
  - Clientes potenciales
  - Modalidades de pago y formalización legal
  - Oportunidades y amenazas

A continuación se explica el contenido de las etapas.

**RESUMEN EJECUTIVO.-** Este apartado debe contener información relacionada únicamente con lo más relevante de los antecedentes de la empresa, características, tamaño y tendencias del mercado meta; los recursos y apoyos requeridos así como los resultados financieros previstos.

**Antecedentes de la empresa.-** Describe, en forma concisa, su constitución legal y la participación de accionistas mayoritarios; cambios importantes en ambos casos; su estructura organizacional, a nivel directivo / gerencial.

**Producto o servicio.-** Sintetiza sus características y ventajas competitivas; sustenta su capacidad productiva, técnica y/o de servicio; enfatiza el valor agregado que la empresa integra al bien o servicio y cuáles necesidades del comprador satisface.

**Planteamiento global del proyecto.-** Proporciona aspectos fundamentales del proyecto propuesto; los objetivos y conceptos clave para alcanzarlos; las medidas preventivas y correctivas diseñadas así como la nueva misión de la empresa.

**Mercado meta.-** Precisa el bien o servicio que se venderá, su volumen y precio; en dónde, a quién y cómo se hará llegar al comprador; sustenta la oportunidad detectada; motivos para que el consumidor prefiera la oferta planteada y resume aspectos vinculados a la selección del segmento de mercado meta.

**Requerimientos y proyecciones financieras.-** Cuantifica la inversión anual requerida, detalla su fuente de fondeo y el costo financiero respectivo y, en cuadros resumen, proyecta cifras anuales (por cinco años) de flujos de efectivo, cambios en la situación financiera, balances, estados de resultados, origen y aplicación de recursos, punto de equilibrio y margen de seguridad, razones financieras (liquidez, apalancamiento, operación y rentabilidad), VPN, TIR y sensibilización de factores clave.

**ANÁLISIS DE LA EMPRESA.-** Proporciona información detallada sobre la empresa, con especial énfasis en la descripción de su experiencia, habilidades y capacidad para implementar el proyecto así como en las fortalezas y debilidades identificadas.

**Constitución legal.-** Señala fecha de constitución y duración de la sociedad; su razón y objetivo social; composición accionaria; grupo al que pertenece.

**Misión empresarial.-** Indica cómo se formularon la Misión, Visión, Objetivos y Metas iniciales así como las adecuaciones más importantes experimentadas en el pasado y las que se llevarán a cabo con motivo del proyecto.

**Antecedentes.-** Presenta una cronología de los hechos y principales logros que han ubicado a la empresa en su situación actual, señalando los productos / servicios que ofrece, los mercados que ha atendido y su posicionamiento en la industria - tanto doméstica como internacional - con relación a los líderes y comparándola contra sus principales competidores.

**Estructura Administrativa.-** Precisa la experiencia del cuerpo directivo / gerencial en su actividad doméstica y en comercio exterior (como exportador directo o indirecto) o, en su caso, la participación de asesores externos y sus datos generales; incluye organigrama vigente con breve descripción de funciones; número de empleados y obreros así como nivel de capacitación actual; relación sindical; turnos que se laboran y un comparativo contra sueldos y prestaciones ofrecidas por sus competidores directos; detalla la asignación en funcionarios específicos de las responsabilidades inherentes al proyecto; los cambios previstos en la estructura; la capacitación para implementarlo y los requerimientos de desarrollo organizacional.

**Políticas.-** Proporciona detalle (y fotocopias) de las principales políticas de administración, personal, producción, endeudamiento, pago de dividendos y destino de las utilidades así como de las aplicables al establecer condiciones de pago con proveedores / compradores (ejemplificando las formas de pago empleadas) y de los controles y reportes existentes que facilitan la toma de decisiones de los directivos; con especial mención a las que se modificarán en función al Plan de Negocios.

***Instalaciones y otros activos.-*** Ubica tanto las oficinas, plantas, almacenes, tiendas, sucursales (e identifica el personal asignado a cada una) como la maquinaria y equipo existentes, su antigüedad y grado de obsolescencia; avalúos recientes; diferencia entre instalaciones y activos arrendados o propios (hipotecados - a favor de quién y grado de prelación - o libres de gravamen) e identifica los que sean indispensables para el proyecto.

***Cobertura de riesgos.-*** Proporciona un cuadro resumen (sustentado con fotocopias) de las pólizas de seguros que amparan los activos fijos contra los riesgos que les resulten inherentes; las cuentas por cobrar / pagar contra riesgo cambiario; las ventas a plazo contra riesgos comerciales y políticos; al producto y servicio contra los daños o perjuicios que pueda ocasionar al consumidor o terceras personas o los que pueda sufrir el propio bien durante el traslado, así como al factor humano clave y su patrimonio contra riesgos por enfermedad o deceso y, de ser el caso, de las garantías contractuales, fideicomisos, fianzas o “standby” relativos al tema.

***Tecnología.-*** Evidencia si la tecnología empleada es propia, pública o, si se pagan regalías, a quién y su importe, además de enfatizar ventajas competitivas de su uso.

***Cumplimiento de obligaciones.-*** Documenta el oportuno cumplimiento de sus obligaciones fiscales y de otros derechos cubiertos a autoridades federales, estatales o municipales así como el registro u obtención de permisos obligatorios para su actividad y puntualiza los requeridos para el proyecto; indica la no existencia de créditos fiscales, demandas judiciales o mercantiles, juicios de quiebra y que no se encuentra en suspensión de pagos o proporciona evidencias, alcance y estado actual de los existentes.

***Fortalezas y debilidades.-*** Derivado de los aspectos comentados, presenta el detalle de las fortalezas y debilidades identificadas, sustentando razones de la existencia de las primeras y acciones previstas para superar las segundas.

***ANÁLISIS DEL PRODUCTO / SERVICIO.-*** Identifica el bien o servicio exportable, puntualizando las características diferenciales que lo hacen atractivo para los compradores y la viabilidad operativa de producirlo / ofrecerlo.



***Descripción del(los) producto(s) o servicio(s).***- Proporciona información detallada sobre sus características; clasificación arancelaria (a nivel de Capítulo, Partida y Subpartida) en el Sistema Armonizado, indicando si se encuentra en varias clasificaciones o sólo en una clasificación genérica; usos (consumo, industrial, etc.) y bienes competidores, sustitutos o complementarios.

***Proveeduría.***- Identifica abasto recurrente (indicando si se han suspendido operaciones por falta de insumos o refacciones en el pasado y cómo se atendió el problema); suministradores de materia prima; origen (doméstica o importada); términos y condiciones de compraventa, plazo real de pago y experiencia; alianzas o convenios que garanticen el suministro futuro en condiciones adecuadas, además de proveedores sustitutos potenciales.

***Subcontratación.***- Indica, detalladamente, los procesos que la empresa satisface mediante “outsourcing” y aquellos en los que ella produce algo para una cadena productiva mayor (diferenciando las domésticas de las internacionales) y adjunta fotocopias de contratos que señalen, en ambos casos, su alcance, costo y vigencia.

***Costos de producción.***- Proporciona la estructura de costos, fijos y variables (sean de producción o de adquisición), desglosando los gastos de operación (mano de obra directa e indirecta), administración, ventas y la depreciación / amortización, actuales y proyectados e indica los que se consideran críticos para alcanzar los objetivos y método empleado.

***Programas de fomento.***- Menciona si se utilizan (o usarán) programas Pitex, maquiladora, “draw back”; cuenta aduanera o Prosec y beneficios para la entidad.

***Activos fijos.***- Señala la maquinaria y equipo con la cual se concreta la producción; programas de mantenimiento y reposición (con valor de desecho) así como el porcentaje de aprovechamiento actual y previsto; adquisición futura de nuevos activos (herramental, equipo, maquinaria, terreno y edificio) para sustentar el proyecto y sus cotizaciones, indicando proveedores domésticos e internacionales y sus planes de venta

**Activos intangibles.-** De ser el caso, documenta patentes, marcas, franquicias y similares.

**Proceso productivo.-** Presenta diagramas y descripción detallada del proceso, desde que se establecen los pedidos por insumos hasta que el bien o servicio está listo para su exportación, señalando “cuellos de botella” potenciales y previsiones para evitarlos así como los cambios que se implementarán con motivo del proyecto.

**Inventarios.-** Detalla los requerimientos de inventarios (materia prima, en proceso, producto terminado); controles y políticas existentes para optimizarlos.

**Imagen.-** Proporciona copias de etiquetas; folletería; páginas web; campañas de promoción (indicando medios) con los que se distribuye el producto o servicio y se hace mención expresa a su traducción, costos y adecuaciones para mercados externos.

**Envase y embalaje.-** Descripción y fotografías del empleado en mercado doméstico y del que se usará internacionalmente, señalando cómo cumple con las reglas y limitantes impuestas por otros países.

**Normas oficiales.-** Señala si se cumple con las requeridas en el país y si se ha anticipado cómo se cubrirán las requeridas en el exterior.

**Investigación y desarrollo.-** Define porqué los consumidores preferirán la oferta de la empresa contra la de los competidores así como los planes existentes para adecuar, conforme se requiera, el producto a las demandas del consumidor extranjero.

**Control de calidad.-** Indica cómo se efectúa y si ya ha establecido (acompañando copia del certificado respectivo), o planea hacerlo, programas tipo ISO 9000, inocuidad alimentaria, etc.).

***Respaldo al producto o servicio.-*** Detalla (y proporciona fotocopias) del respaldo o mantenimiento ofrecido con el producto a exportar (garantía, refacciones, instrucciones de uso o ensamble, crédito, entrega a domicilio, instalación, etc.).

***ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO META.-*** Describe los criterios de selección; calcula el mercado actual y potencial, evaluando oportunidades y amenazas del macro entorno; identifica competidores; fija objetivos y determina la estrategia para alcanzarlos.

***Descripción de la industria.-*** Resume la situación actual (en el país de origen y el extranjero) de la industria y la penetración doméstica de la empresa e identifica los principales países productores, exportadores e importadores del producto a exportar.

***Participación nacional.-*** Determina volumen y valor de importaciones y exportaciones del producto, por país de origen / destino, en los últimos cinco años, así como la participación de la empresa si ésta ya exporta o importa.

***Selección del mercado meta.-*** Describe la región o país seleccionado y fundamenta porqué se piensa que ahí existe oportunidad para colocar el producto o servicio.

***Medición del mercado.-*** Indica tamaño actual (calculado, de preferencia, por el método de consumo aparente) y volumen, tanto de la producción local como de las importaciones, con tendencias (cuantificando crecimiento, decrecimiento e inestabilidad) para los próximos cinco años y sustentándolo con estadísticas.

***Barreras arancelarias y no arancelarias.-*** Identifica, según la clasificación del producto en el Sistema Armonizado, el arancel en vigor así como las preferencias arancelarias existentes y - para países con los que se ha suscrito tratados - el programa de desgravación para los años que lleven a tasa cero; precisa si existen barreras no arancelarias y cómo cumplirá la empresa con tales requisitos.

***Segmentación del mercado.-*** Describe cómo se segmenta el mercado actual (por consumo empresarial, institucional, geográfica y demográficamente) así como por qué y cómo se seleccionó el(los) segmento(s) del mercado meta.

***Precio, margen y distribución.-*** Sustenta el valor promedio del bien o servicio (producción local en el mercado e importaciones) diferenciando, cuando menos, los que se fijan al menudeo y cualquier otro parámetro que determine el nivel de precios en sus diferentes fases distributivas así como los canales que se utilizarán y los márgenes de intermediación de cada uno.

***Competencia.-*** Presenta la participación productiva local y principales abastecedores del exterior; cuadro comparativo de los principales países competidores, con nivel de aranceles pagado y valor promedio de sus ventas (CIF); empresas o marcas líderes en el mercado y la reacción esperada de los competidores ante la presencia del producto o servicio a exportar.

***Modalidades de pago.-*** Señala los instrumentos y mecanismos mediante los cuales se paga en el mercado meta a los proveedores; conocimiento que sobre ellos tiene la empresa y experiencias; riesgos relacionados con el rezago y no pago que le sean inherentes y forma en que se planea minimizarlos (políticas para determinar porcentaje de incobrables; momento para entregar posesión y propiedad del producto o servicio; y tramitación de garantías o coberturas) e impacto de las comisiones y gastos inherentes a la forma de pago.

***Incoterm.-*** Señala cuál(es) se utilizara(n) y el conocimiento de la empresa sobre obligaciones y derechos implícitos.

***Formalización legal de la compraventa.-*** Adjunta copia del convenio o contrato que se utilizará para documentar operaciones internacionales.

***Logística.-*** Describe estrategias y adecuaciones vinculadas al almacenamiento del producto terminado y su salida de planta o a la generación y entrega del servicio y las generalidades de la movilización de bienes (proveedores de transporte, vía que se usará,

frecuencia de viajes al mercado meta, costos y límites de responsabilidad sobre la carga).

***Mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración.***- Indica las adecuaciones que se harán al producto, precio, plaza y promoción para satisfacer el mercado; las estrategias para penetrar y posicionarse en él (proyectando a cinco y diez años), con mención especial a ferias y exhibiciones internacionales recurrentes y a misiones comerciales.

***Clientes potenciales.***- Señala si ya se ha establecido contacto con ellos; el estado actual de las negociaciones y, en su caso, adjunta copias de cartas de intención de compra, contratos vigentes, pedidos en firme o cartas de crédito a su favor o, en caso contrario, cómo se planea identificar y contactar a los compradores.

***Oportunidades y amenazas.***- Detalla particularidades de situación actual y prevista, para cuando menos los próximos cinco años, en lo económico, político, social, legal; cultural, demográfico, natural, tecnológico y ecológico y, derivado del total de aspectos comentados en la Guía, presenta el detalle de las oportunidades y amenazas previsibles, sustentando razones de la existencia de las primeras y los planes de contingencia previstos para superar las segundas, así como su impacto en la empresa.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

Para la elaboración del plan exportador de Licor de Cacao hacia Holanda, se ha elaborado un listado de los conceptos más significativos, donde se da el significado de cada uno enfocado al proyecto.

**Pasta o Licor de Cacao:** Es el producto obtenido por la desintegración mecánica de granos de cacao limpios y pelados, sin extraerle ni añadirle ninguno de sus componentes. El grano seleccionado es tostado, descascarillado, molido y refinado.

**Exportación:** Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las

diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

**Cacao:** *Theobroma cacao*. es el nombre científico que recibe el árbol del cacao o cacaotero. El cacao es una fruta de origen tropical que proviene del árbol de cacao y que es el componente básico del chocolate. Las semillas de cacao son las que se utilizan en la elaboración del chocolate, concretamente mediante la extracción de estas semillas de cacao de dos productos derivados.

**Mercado:** Mercado, en economía, son cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, ONG, entre otros. El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque.

**Comercio:** Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

**Negociación:** La negociación es el proceso por el cual las partes interesadas resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales y/o colectivas, procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses mutuos. Se contempla generalmente como una forma de resolución alternativa de conflictos o situaciones que impliquen acción multilateral.

**Normas de Calidad:** Una norma de calidad es un papel, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que se proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad. Las principales organizaciones internacionales, emisoras de normas de calidad son: ISO (Organización Internacional de Estándares)

**Precio:** Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

**Incoterm:** Son reglas internacionales uniformes para la interpretación de términos comerciales. Determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en un contrato de compra-venta internacional, solucionando los problemas derivados de las diversas interpretaciones que pueden darse según los países involucrados y reduciendo las incertidumbres derivadas de las múltiples legislaciones, usos y costumbres.

**Acuerdos comerciales:** es un convenio o tratado referente a la actividad de comercio. Este tipo de acuerdo puede ser establecido por compañías privadas, organizaciones de empresas o gobiernos.

**Acuerdos preferenciales:** Son medidas que otorgan un acceso privilegiado de algunos bienes importados de un país en relación a los otros bienes, por medio de reducciones arancelarias, o sin ningún cargo económico.

**Aduanas:** La aduana es una oficina pública, aparte de ser una constitución fiscal, situada en puntos estratégicos, por lo general en costas y fronteras. Encargada del control de operaciones de comercio exterior, con el objetivo de registrar el tráfico internacional de mercancías que se importan y exportan desde un país concreto, y cobrar los impuestos

que establezcan las aduanas, se podría afirmar que las aduanas fueron creadas para recaudar dicha tributación, y por otro lado regular mercancías cuya naturaleza pudiera afectar la producción, la salud o la paz de la nación.

Asimismo, en determinados países la aduana no solo se limita al control de las mercancías, sino que en ella también se regula el tráfico de personas o bien al control de capitales.

**Arancel:** Un arancel es el tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el impuesto que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes; también pueden existir aranceles de tránsito que graban los productos que entran en un país con destino a otro.

**Balanza comercial:** También llamada balanza de mercancías; la balanza comercial es aquella parte de la balanza de pagos en la que se recogen los ingresos por exportaciones y los pagos por importaciones.

**Calidad:** es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.

**Carga:** Se denomina así a aquellas mercaderías que son objeto de transporte mediante el pago de un precio de transportación.

**Cliente:** se considera a toda persona que compra un bien o servicio, especialmente de forma habitual.

**Comercio justo:** es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.



**Consumidor:** es aquel individuo o grupo colectivo o institución que satisface sus necesidades mediante la destrucción por el uso y la utilización de la corriente de bienes y servicios generados por el proceso productivo.

**Divisa:** medio de pago internacional representado por una moneda extranjera.

**Embalaje:** es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

**Embarque:** subida o entrada de personas o mercancías en un barco, avión o tren para su transporte.

**Empaque:** recipiente destinado a contener un producto durante su recolección, transporte, almacenamiento, distribución, venta y consumo, con el fin de protegerlo e identificarlo.

**Envase:** es un producto que puede estar fabricado en una gran cantidad de materiales y que sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o de venta.

**Estrategia:** es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

**Fecha de embarque:** Es aquella que se estipula en la declaración de exportación. Se registra también en el conocimiento de embarque, la guía aérea emitida por la empresa de transporte. Esta fecha es especial para acordar el plazo del pago de la exportación.

**Importación:** es la entrada de mercancías de procedencia extranjera en un territorio aduanero.

**Materia prima:** es la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

**Manifiesto:** Documento por el cual los auxiliares de la función pública aduanera obligados en la legislación, declaran ante la autoridad aduanera, con anticipación al arribo o salida del medio de transporte, la información referente a la carga que transportan. En este documento se indican entre otra información, los datos que identifican al medio de transporte, la procedencia y destino del medio de transporte y de las mercancías, descripción de la carga, cantidad y peso de la carga y los consignatarios o embarcadores de la misma.

**Muestra comercial:** Artículo representativo de una categoría determinada de mercancías ya producidas, o que sea modelo de mercancías cuya fabricación está contemplada.

**Nomenclatura:** Es un código numérico arancelario de las mercancías que son objeto de tráfico internacional.

**Orden de embarque:** Documento suscrito por el agente de aduanas, que se constituye como una solicitud ante el servicio nacional de Aduanas para que este autorice el embarque de la mercancía.

**País de origen:** Si se trata de un producto natural, allí donde son producidos, y si son manufacturas, el lugar donde se ha efectuado la transformación.

**Posición arancelaria:** Permite incorporar la posición arancelaria del producto o servicio. Utiliza el sistema internacional de 6 cifras. El código internacional de 6 dígitos es distinto países se agrega entre 4 y 6 adiciones para la especificación del producto o servicio.

**Rotulado:** La rotulación es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva o gráfica que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al envase del producto.

**Tarifa:** Está compuesto por el régimen general que a su vez está compuesto por el gravamen, es decir, la cantidad que tiene asignada mediante porcentaje o específico, la importación de cada producto y el régimen legal.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. HIPÓTESIS**

#### **3.1.1. Hipótesis General**

La elaboración de un plan de exportación de Licor de Cacao permitirá a la empresa “PROIFRUT S.A” alcanzar varias ventajas económicas y sociales por medio de la comercialización de sus productos en el mercado de Holanda.

#### **3.1.2 Hipótesis específicas**

- Elaborar un plan de exportación del licor de cacao para su exportación
- Identificar los canales de comercialización del licor de cacao.
- Establecer la viabilidad Financiera de la propuesta de exportación.

### **3.2. VARIABLES**

#### **3.2.1. Variable Independiente**

Plan de Exportación de Licor de Cacao.

#### **3.2.2. Variable Dependiente**

Condiciones necesarias para exportar Licor de Cacao al mercado de Holanda.

### **3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Este proyecto de investigación es descriptivo porque relata la situación actual de PROIFRUT S.A, describe el mercado de Holanda y puntualiza el proceso logístico para exportar Licor de cacao.

#### **3.3.1. Método de investigación**

El método exploratorio, es el método utilizado para la elaboración del proyecto, ya que este método permite recopilar, examinar, y explorar información sobre el tema de la investigación la misma que es primordial y necesaria para la elaboración del plan de

exportación de Licor de Cacao al mercado Holandés, posteriormente a la información recopilada se le dio un tratamiento lógico para cumplir con los objetivos planteados.

### **3.3.2. Técnicas de investigación**

Para la recopilación de información acerca de la investigación, se utiliza las siguientes técnicas:

- Bibliográficas
- Observación

### **3.3.3. Instrumentos de investigación**

Se recopila información con ayuda de:

- Libros.
- Internet.
- Cámara (fotografías)

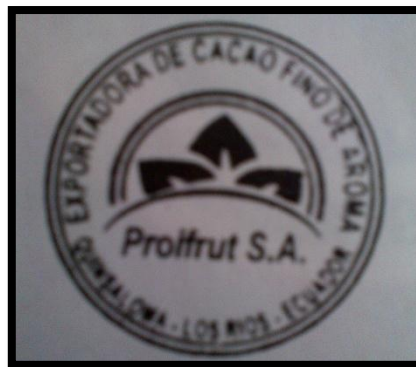
## CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

Plan de Exportación de Licor de cacao hacia Holanda, para PROIFRUT S.A, ubicado en la parroquia Quinsaloma, cantón Quinsaloma de la provincia los Ríos, en el período 2013.

### 4.1. GENERALIDADES DE PROIFRUT S.A

#### 4.1.1. Antecedentes

Gráfico 1: PROIFRUT S.A



Fuente: Proifrut S.A

El cacao es uno de los símbolos más significativos del país. Durante casi un siglo el orden social y económico ecuatoriano se desarrollaba alrededor del mercado internacional del cacao.

Hoy el Ecuador posee una gran superioridad, ya que más del 70% de la producción mundial del cacao fino y de aroma se encuentra en nuestras tierras convirtiéndose en uno de los mayores productores a nivel internacional.

Este tipo de cacao tiene características individuales de toques florales, frutales, nueces, almendras y especias que lo hacen único y especial sobresaliendo con su ya conocido sabor “arriba”. Todos estos detalles de sabor y aroma están en el origen genético del grano y por ello se lo conoce con el nombre de “Pepa de Oro” por sus extraordinarias aplicaciones en la industria del Licor de cacao y la chocolatería.

El Ecuador está logrando consolidarse como principal productor y exportador de cacao en América del Sur y Europa, pues el país posee 415 mil hectáreas de sembríos de cacao, aumentando el 10% anualmente, exportando alrededor de \$400 millones y su

producción anual es de 165 mil a 185 mil toneladas métricas, en donde varios países principalmente Holanda no satisfacen el nivel de demanda de sus consumidores.

Por consiguiente este plan de exportación va enfocado a los productores de Cacao de la empresa “Proifrut S.A” en la provincia de los Ríos, del catón Quinsaloma los cuales tendrán una guía para poder exportar un producto elaborado en nuestro país como es el “Licor de Cacao” el cual es muy apetecido en el mercado Holandés.

Pero considerando los costes de estos parámetros, el precio de este producto es bajo y es necesario que se busquen mejores mercados internacionales para optimizar la calidad de vida del productor cacaotero, es por eso que nos vemos en la obligación en elaborar un producto con un valor agregado como lo es Licor de Cacao, para de esta manera obtener mejores rubros económicos.

#### **4.1.2. Historia**

La empresa “Proifrut S.A” inicia sus actividades en Abril del 2002. Nace como una idea visionaria de su propietario el Ing. Ángel Darwin Urbano Quinchuela.

Inició sus operaciones como una comercializadora de cacao, la misma que vende sus productos en la provincia de los Ríos y en Guayaquil. La visión, emprendimiento y entereza llevó a contactar mercados en el exterior para expandir su mercado, los mismos que ávidos de adquirir mayores volúmenes de cacao nacional fino de aroma o cacao sabor arriba no dudaron en entablar con premura estrechas relaciones comerciales.

#### **4.1.3. Constitución**

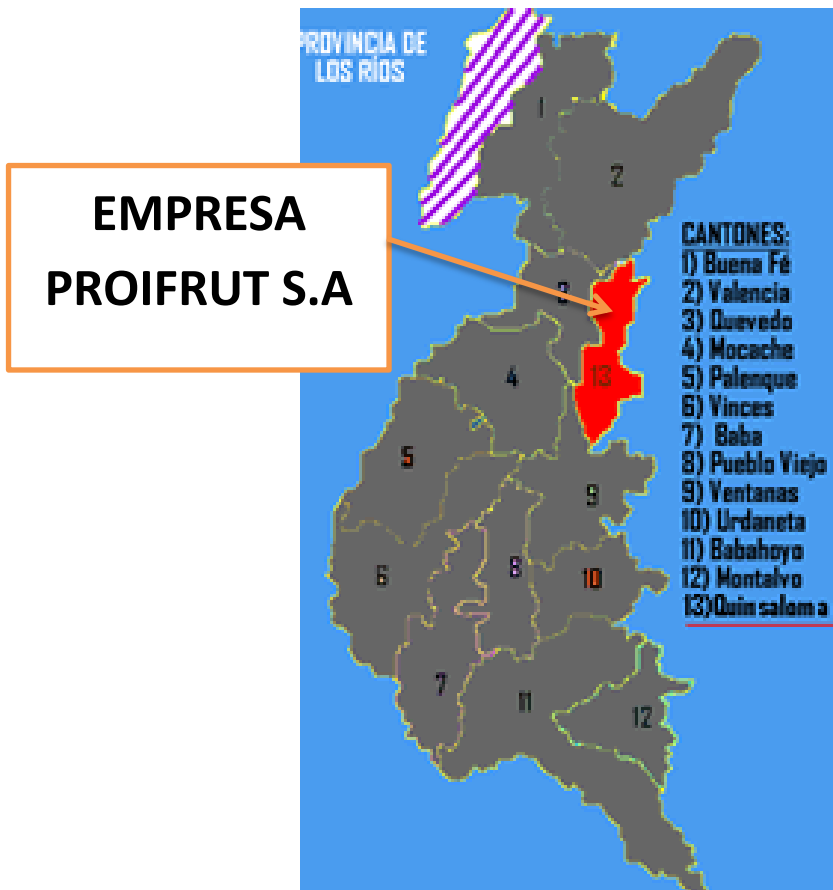
La empresa “Proifrut S.A” fue constituida legalmente en Abril del 2002, donde inicia sus actividades en la provincia de los Ríos, específicamente en el cantón Quinsaloma produciendo en sus inicios cacao fino.

Respetando y haciendo honor al lema "El cliente siempre tiene la razón" Proifrut se caracteriza por ser una empresa abierta para todo tipo de requerimientos y observaciones de nuestros clientes y que honorablemente y con responsabilidad cubre en su totalidad los compromisos, contratos y requerimientos adquiridos.

#### 4.1.4. Ubicación

La empresa Proifrut S.A, sus instalaciones se encuentran ubicadas en el Cantón Quinsaloma, en la comunidad La Ercilia km 10, vía al cantón Ventanas, de la provincia de los Ríos.

Gráfico 2: Ubicación de la Empresa



Fuente: PROIFRUT S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto.

#### 4.1.5. Actividad económica

En la actualidad, el producto que comercializa la empresa Proifrut S.A y que ha sido el ente para que le conviertan en una empresa de éxito es: Cacao fino de aroma

**Gráfico 3: Fruta de Cacao**



**Gráfico 4: Proifrut S.A**



Fuente: Proifrut S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto.



#### **4.1.6. Misión**

Somos una empresa dedicada a la comercialización y exportación de cacao en grano de calidad, para satisfacer las necesidades de la industria chocolatera nacional e internacional, ofreciendo buenos precios a nuestros productores y aportando al desarrollo del país.

#### **4.1.7. Visión**

Ser una empresa comercializadora y exportadora de Cacao y otros productos agrícolas; preferida, reconocida y solicitada en el mercado nacional e internacional; cumpliendo con los estándares exigidos de calidad.

#### **4.1.8. Valores**

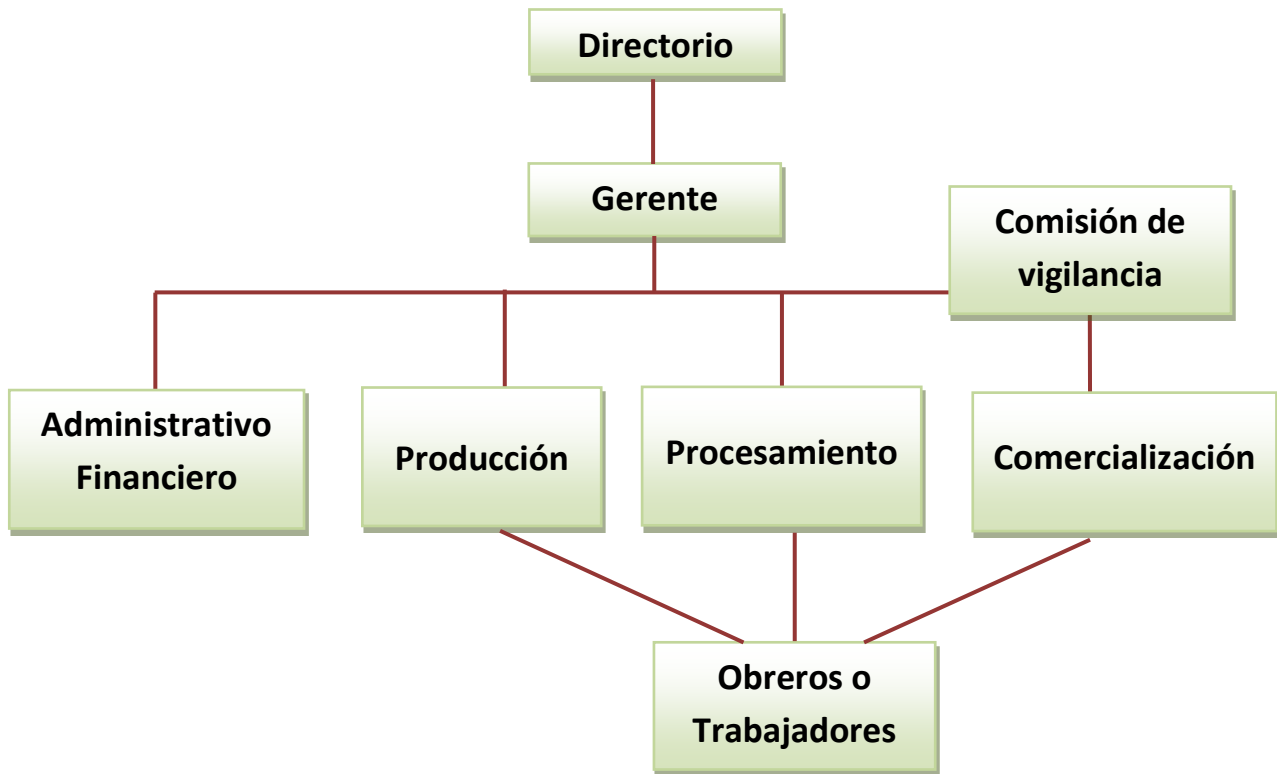
Los valores señalan los hábitos establecidos por la empresa, sus actitudes, creencias e ideas fundamentales tanto individuales como grupales para actuar y elegir las diferentes opciones y alternativas en beneficio de la organización.

Los valores internos que rigen el desempeño profesional de los colaboradores de Proifrut S.A son:

- Honestidad
- Compromiso
- Equidad
- Respeto
- Transparencia
- Confianza

#### 4.1.9. Organigrama

Organigrama de Proifrut S.A



Fuente: PROIFRUT S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto

## **4.2. DIAGNÓSTICO DE PROIFRUT S.A**

### **4.2.1. Capacidad de producción de PROIFRUT S.A**

La producción en los últimos años PROIFRUT S.A produjo 185 TM

### **4.2.2 Clientes**

Clientes Nacionales

PROIFRUT S.A distribuye a nivel nacional sus productos a:

- Empresas chocolateras.
- Nestle.
- Anecacao

Clientes Internacionales

La gran demanda internacional hace que del total de la producción de la empresa PROIFRUT S.A el 65% sea para el mercado extranjero mientras que el 35% se comercializa a nivel local.

### **4.2.3 Competencia**

Competidores Nacionales

Existen varias asociaciones y gremios en el Ecuador, tanto de productores como exportadores, que también exportan el cacao ecuatoriano a diversos mercados a nivel mundial, los principales productores y exportadores son:

- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO)
- Corporación de Organizaciones Productoras de Cacao Nacional Fino de Aroma del Ecuador (CONCACAO)
- Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del
- Ecuador (UNOCACE).

## Competidores Internacionales

En el mercado Internacional se encuentran países productores cacao, los más importantes son:

- Brasil
- Costa Rica
- Colombia
- África

### 4.2.4 Mercado Internacional de PROIFRUT S.A

El comercio justo ha hecho que PROIFRUT S.A tenga mayores oportunidades en el mercado Internacional es así que actualmente ingresa con sus productos a: Canadá, Francia y Estados Unidos.

### 4.2.5 Análisis FODA

Esta metodología permite analizar las características internas (Fortalezas y Debilidades) y las situaciones externas (Oportunidades y Amenazas) de una empresa, para dar a conocer la situación real en que se encuentra la organización, y posteriormente formular estrategias para mejorar la gestión de la empresa y los productos que ofrece.

#### Análisis Interno

##### Fortalezas

- PROIFRUT cuenta con infraestructura propia y maquinaria adecuada de óptima calidad para que la producción de licor de cacao cumplan con todas las normas técnicas de fabricación y obtención de productos de alta calidad.
- PROIFRUT está sólidamente constituido, con objetivos claros.
- Cuenta con canales de comercialización en el mercado nacional e internacional establecidos.
- Grano ecuatoriano de calidad y reconocido a nivel mundial.
- Trabajadores con experiencia en el cultivo.

### Debilidades

- Moderada dependencia en asistencia técnica.
- Mano de obra no experimentada.
- Falta de equipo tecnológico por altos costos.

### Análisis Externo

- Apoyo financiero y técnico estatal por parte del MAGAP y PRO ECUADOR.
- PROIFRUT comercializa del total de su producción el 20% a nivel nacional y el 80% a nivel internacional, debido a la gran demanda del producto.
- Disponibilidad de zonas agroecológicas apropiadas para la producción de cacao.
- Prioridad del gobierno en promover la explotación del sector agrícola.
- En nuestra costa ecuatoriana contamos con un suelo y clima apto para el cultivo de cacao.

### Amenazas

- La competencia acrecienta el nivel de precios fijados.
- Compradores piratas.
- Los cambios climáticos pueden provocar que no germine la semilla o afecte la cosecha.
- Enfermedades y plagas en el cacao genera pérdida del producto.
- En caso de existir terrenos vecinos manejados con químicos se puede dar la contaminación cruzada.

### 4.3. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

#### 4.3.1. El Cacao

Gráfico 5: Cacao



Fuente: Proifrut S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto.

“El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, su nombre científico es Theobroma, cacao en griego significa comida de los dioses.

Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona.”

“Sus frutos aparecen sobre la copa de los árboles y debajo de sus ramas, estos frutos, dependiendo el tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo, que oscurece al madurar. La fruta mide entre 10 y 32 cm. de largo y entre 7 y 10 cm. de ancho y pesa entre 200 gr. y 1 kg. En su interior contiene entre 20 y 60 semillas dispuestas en 5 filas rodeadas con una pulpa gelatinosa y azucarada.”

Cuando el fruto está maduro, se corta y se extraen sus semillas, se las fermenta retirando la baba de la semilla y se seca. El color interno de grano es marrón oscuro y tiene un agradable sabor.

### **4.3.2. Propiedades del Cacao**

“El CACAO es un alimento muy interesante por su valor nutricional (22 % de proteína) y por la gran variabilidad en su utilización. Los ecologistas deben ser los más adeptos a éste cultivo, en razón de que una zona sembrada de ésta planta, estará verdaderamente protegida de gran parte de los problemas ecológicos que padece el planeta.”

“Se conoce que existe 3 variedades de cacao: los Criollos, en la actualidad existen muy pocos árboles criollos puros; los Forasteros, que es un amplio grupo que contiene variedades cultivadas, semi-silvestres y silvestres, entre las cuales el Amelonado es la variedad más cultivada. Y también el cacao Nacional de Ecuador. Los Trinitarios, son una mezcla de los Criollos y Forasteros.”

### **4.3.3. Proceso de cultivo del CACAO**

Cuando la planta de cacao tiene de dos a tres años brotan unas pequeñas florecitas blancas y rosadas que producen finalmente una mazorca en un periodo aproximado de seis meses. El cacao es capaz de producir flores y mazorcas a lo largo de todo el año pero se registran momentos pico en cada región, generalmente dictados por las condiciones climáticas y las épocas de lluvias. Aunque la mazorca puede permanecer en el árbol de dos a tres semanas, es importante removerla justo a tiempo, ya que el momento de cosecha determina directamente la calidad del sabor.

Los pasos para el cultivo de cacao son los siguientes:

#### Preparación del terreno

Al igual que el café, el cacao requiere para su cultivo, que el terreno esté previamente sembrado de árboles que les proporcionen sombras. Es un requerimiento del ambiente de su lugar de origen, las selvas del Brasil (Amazonía)

Es decir que, el café y el cacao, sirven además de generar dólares por su exportación, para reforestar zonas que padecen de éste problema. La importancia que tiene este tipo de reforestación, es que es una forma de evitar que los depredadores de bosques, eliminen los árboles por el temor de hacerles daño al cultivo que alberga.

## Siembra

Como se mencionó anteriormente el cacao crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados, variando muy poco su productividad y calidad. Se obtiene mayor desarrollo y productividad en suelos ricos en materia orgánica, profundos, de consistencia físicas franco-arcillosos y a la vez que tenga buena filtración o drenaje. Esta última condición sobre el drenaje, es muy importante porque el cacao no resiste un exceso de humedad en el suelo. La acumulación de agua en el suelo, le crea problemas al sistema radicular que se ve impedido de realizar sus funciones.

## Riego

El agua estancada además de dificultar las actividades del sistema radicular, crea un ambiente favorable para el desarrollo de enfermedades fungosas, y puede asfixiar las raíces, por falta de aire que circule entre las partículas del terreno. Las condiciones físicas que ofrece el terreno franco-arcilloso, son ideales para el cultivo del cacao.

En algunos casos se requiere la construcción de zanjas, que permitan la salida del agua sobrante del suelo, evitando así su acumulación y los problemas que ocasiona al sistema radicular de las plantas.

## Plagas y enfermedades

Muchas de las plagas del cacao no constituyen un problema grave o no se conoce exactamente qué gravedad pueden alcanzar, pero un descuido en su combate puede motivar que lleguen a constituir un problema muy serio. Por esa razón, siempre se debe cuidar que los insectos dañinos no se extiendan y multipliquen hasta convertirse en una plaga seria.

El cacao es una de las plantas económicas que, al mismo tiempo que pueden sufrir daños considerables a causa de los insectos, también necesita de algunos de ellos en ciertos procesos reproductivos; por ello, un abuso en el uso indiscriminado de insecticidas puede conducir a posteriores fracasos económicos.



Además de los insectos dañinos en los cacaotales, existen insectos beneficiosos como los polinizadores, predadores y parásitos de otros insectos nocivos. Los insectos dañinos son muchos, pero son combatidos por sus predadores.

Existen también insectos que transmiten enfermedades; tal es el caso de los pequeños abejones (*Xyleborus*), que pueden transmitir o propagar la enfermedad llamada "Mal de Machete".

### Cosecha

El cacao florece dos veces al año, la principal es en los meses de junio y julio, la segunda floración se produce en los meses de septiembre y octubre. Unos 4 meses después de la floración se obtiene la cosecha, lográndose la principal en los meses de octubre, noviembre y diciembre. La segunda cosecha se obtiene en los meses de febrero, marzo y abril.

La cosecha se debe realizar frecuentemente en temporada de mayor producción la cosecha debe ser semanal, mientras que en épocas lluviosas debe darse cada quincena, en tanto que en períodos secos cada treinta días.

Si se logran períodos más cortos entre una y otra cosecha, menor riesgo se corre de pérdida de frutos.

Generalmente en plantaciones pequeñas o medianas, la recolección debe hacerse cada dos o tres semanas, con lo que se evita la sobre maduración de los frutos o pérdidas por insectos o enfermedades.

### Post Cosecha

El manejo de post cosecha del cacao, denominado beneficio, constituye un aspecto de máxima importancia para presentar al mercado un producto de calidad. Garantiza que el grano sea apreciado, apetecido por la industria y asegura su comercialización tanto a nivel nacional como internacional, justificando un mejor precio.

## Almacenamiento

El cacao deberá ser almacenado para su posterior transporte a su destino en el exterior. En esas áreas se recomienda el uso de sacos de yute los saquillos o sacos que se empleen para su transporte y almacenamiento, deben ser de uso exclusivo para cacao, de esta manera el cultivo de cacao casi cierra su proceso.

Debido a su alto poder higroscópico (capacidad para absorber humedad del medio ambiente), se debe almacenar en condiciones secas adecuadas para evitar la incidencia de mohos, insectos nocivos y de roedores, evitando el contacto con pisos y paredes de la bodega.

No debe guardarse junto a agroquímicos e impedir el contacto con animales domésticos para evitar posibles contaminaciones.

Durante el almacenamiento del cacao están expuestos al ataque de insectos y roedores, por consiguiente se deben adoptar estrictas precauciones en las bodegas.

### **4.3.4. Principales productores de cacao en el mundo**

Costa de Marfil y Brasil son los principales productores de cacao a nivel mundial. Si bien Costa de Marfil es el mayor productor a nivel mundial, Brasil es el mayor productor en América

Ecuador fue durante varias décadas del siglo XIX el principal productor mundial de cacao. Hoy, sin embargo, tan solo produce el 3% del total mundial, dejándolo en el séptimo productor en cantidad.

El producto que ofrece Ecuador es uno de los mejores valorados del mundo --no es el mejor, pero sí tiene características que lo hacen de los más valorados por los conocedores del chocolate.

Tabla 1: Productores de cacao

PAÍS	PRODUCCIÓN TM
Costa de Marfil	697.000
Ghana	312.000
Brasil	305.000
Indonesia	220.000
Malasia	215.000
Nigeria	135.000
Camerún	85.000
Ecuador	70.000
Colombia	50.000
México	50.000

Fuente: FAO, <http://faostat.fao.org/>

Elaborado por: Diego Verdezoto

### Costa de Marfil

Cacao, el oro de Costa de Marfil. Su mayor riqueza y un arma política y económica. Por el momento, las exportaciones del principal productor, con el 40 por ciento del total mundial, no se han visto afectadas por la crisis, pero los mercados internacionales se inquietan y los precios, se disparan.

La industria marfileña del cacao apoya a Laurent Gbagbo. Es el caso de Sansan Kouao, el patriarca del cacao y primer productor del país. “Es el oro de Costa de Marfil. Es la razón por la que la gente mata por nosotros. Los extranjeros”. Y para Kouao el “extranjero”, al que rechaza, es Alassane Ouattara, el presidente reconocido por la comunidad internacional.

Para Gbagbo el apoyo de los productores es fundamental. Pero si la crisis se enquistara o la situación degenerara, la economía marfileña podría sufrir de lleno las consecuencias.

## Brasil

El estado brasileño de Bahía, reina desde hace muchos años como el mayor productor de cacao de Brasil pero viene perdiendo espacio para el estado amazónico de Pará, en donde ya se recoge el 25 % de la cosecha nacional de la fruta famosa por ser materia prima del chocolate.

## Ecuador

Ecuador es el principal exportador de cacao de fino aroma, con el 70% de las exportaciones en el mundo. El cacao de fino aroma, también conocido como cacao arriba, que se cultiva en zonas con altitud desde el nivel del mar hasta 1200 msnm, se caracteriza por su aroma floral y frutal concentrado, ideal para chocolatería fina.

El país ocupa el sexto puesto en exportaciones de cacao en general (no solo fino aroma), pero en América Latina Ecuador es el productor número uno, por encima de Brasil. En el 2013 las exportaciones de Ecuador fueron de 220 000 toneladas mientras que las de Brasil fueron de 185 000.

El 72% de las exportaciones de cacao ecuatoriano va a EE.UU. y Europa. En Europa el país que más compra cacao ecuatoriano es Holanda.

### 4.4. GENERALIDADES DE HOLANDA

**Gráfico 6: Bandera de Holanda**



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=bandera+de+holanda&espv>

Holanda se encuentra en el oeste de los Países Bajos. Siendo región marítima, Holanda se encuentra en la costa del mar del Norte, en la desembocadura de los ríos Rin y Mosa. Cuenta con numerosos ríos y lagos y un extenso canal interior. Colinda: al sur, con Zelanda; al norte, con Frisia; y al este, con el IJsselmeer y las regiones de Flevolanda, Utrecht y Brabante Septentrional.

Holanda está protegida del mar por una larga línea de dunas en la costa. La mayor parte del área tras las dunas está conformada por polders, superficies terrestres ganadas al mar y que se encuentran muy por debajo del nivel de este. En la actualidad, el punto más bajo de Holanda es un polder, el Zuidplaspolder, situado a unos 6,75 metros bajo el nivel del mar, cerca de Rotterdam.

El drenaje continuo es necesario para mantener a Holanda a salvo de inundaciones. En siglos anteriores, los molinos de viento se utilizaron para este cometido. El paisaje estaba —y en algunas partes, sigue estando— repleto de estas estructuras de madera, que se han convertido en un símbolo de Holanda.

#### **4.4.1. Economía**

La economía de Holanda es típica de un país europeo desarrollado. Es uno de los mayores exportadores mundiales de productos lácteos, verduras, carnes y flores. La industria está muy desarrollada con sectores estratégicos como la ingeniería pesada y el acero, y los productos plásticos, petroquímicos, textiles y farmacéuticos. Además también hay muchas industrias de tipo ligero como las de material electrónico y las de las nuevas tecnologías industriales: telecomunicaciones, biotecnología y ordenadores. Respecto a las fuentes de energía el país cuenta con depósitos de gas natural que satisfacen el consumo interno.

En una economía flexible y abierta como la holandesa, el deterioro del comercio mundial como consecuencia de la recesión económica se hace notar inmediatamente. Aun así, los Países Bajos siguen rindiendo bien en muchos frentes. De esta manera, los Países Bajos tienen, después de Luxemburgo e Irlanda, los más altos ingresos por habitante de la UE, Róterdam sigue siendo el principal puerto europeo y, gracias a las excelentes conexiones de TIC, el país permanece también en este campo la puerta de entrada a Europa.

#### **4.4.2. Población**

Holanda cerró 2013 con una población de 16.802.000 personas, lo que supone un incremento de 22.425 habitantes respecto a 2012, en el que la población fue de 16.779.575 personas.

La población femenina es mayoritaria, con 8.473.073 mujeres, lo que supone el 50.42% del total, frente a los 8.331.151 hombres que son el 49.58%.

Holanda tiene una alta densidad de población, con 405 habitantes por Km<sup>2</sup>, está en el puesto 172 en cuanto a densidad se refiere.

#### **4.4.3. Moneda**

Actualmente la moneda que usan en Holanda es el euro. Su economía es una de las más desarrolladas del mundo pero es un destino un poco caro para los turistas.

#### **4.4.4. Idioma**

El idioma oficial en Holanda es el holandés o el neerlandés, una lengua germánica que no es solo el idioma de Holanda, sino que también es el idioma de una región de Bélgica y a la pequeña región de Francia nombrada Westhoek. De todas formas, el inglés es el segundo idioma de Holanda, cosa que facilita la comunicación con los viajeros.

#### **4.4.5. Gustos y preferencias**

A continuación se analizan los gustos y preferencias del mercado de Holanda.

#### **Perfil del consumidor**

- Holanda tiene un PIB per cápita de \$ 47.617,40 USD.
- Cuando te presentan a alguien, familiares, amigos o conocidos, lo habitual es darse tres besos alternando las mejillas. Por regla general, los hombres se dan un apretón de manos.

- El mercado alemán se está diversificando hacia una oferta amplia de productos nutritivos y agradables al paladar, que han sido elaborados y preparados de manera segura tanto para la salud como para el medio ambiente.
- Se dice que los holandeses son directos (lo que a veces puede percibirse como algo grosero) y no hay ningún tema que no pueda tratarse en una situación informal. Lo único que no debes preguntarle a ningún holandés que conozcas, bajo ningún concepto, es cuánto gana.
- Esta cultura es muy seria, por lo que no se da mucho pie al parloteo. Os dais un apretón de manos, os presentáis y os ponéis a hablar de negocios. Por lo general enseguida te llamarán por el apellido o por el nombre, aunque seas el director general de la empresa.
- La cultura holandesa no da mucha importancia a la comida. Normalmente, todos se saltan el desayuno. El almuerzo suele ser una comida sencilla compuesta por pan, productos lácteos y fruta, mientras que en la mayoría de los casos la cena consiste en patatas, verduras y algo de carne. Se toma café y té durante todo el día.
- Si te invitan a cenar a casa de alguien, en Holanda es costumbre presentarse con algún regalo, no solo en el caso de los cumpleaños. Puedes llevar un libro, flores, bombones o una botella de vino. Si recibes un regalo, se espera que lo abras de inmediato.

#### Hábitos de consumo

- La Cocina de los Países Bajos se caracteriza por el consumo en grandes cantidades de pan y patatas.
- El desayuno se sirve muy temprano y suele ser fuerte y muy variado: a base de elementos dulces y salados. Se suele servir el chocolate caliente chocomelk, que en ocasiones va acompañado de nata fresca batida.

- El queso es uno de los elementos culinarios más representativos de la cocina de Holanda, algunos de ellos son mundialmente conocidos, como por ejemplo el suave y cremoso Gouda y el Edam, denominado a veces como queso de bola, por tener un recubrimiento de cera roja en un aspecto esférico.
- Las cervezas más conocidas allí son las de producción nacional y que debido a la fuerte exportación son conocidas en casi todo el mundo. Entre ellas están Heineken y Amstel, ambas de sabor tirando a suave. En el terreno de las cervezas con sabores más fuertes están la Oranjeboom y la Grolsch.
- Holanda obtuvo buenas calificaciones por los bajos precios de sus alimentos y por los niveles de diabetes de su población, mientras que Estados Unidos, a pesar de tener alimentos de mayor accesibilidad y buena calidad, los altos niveles de obesidad y diabetes pusieron al país en el puesto 21 del ranking, empatado con Japón, que no obtuvo un buen resultado en los precios relativos de la comida comparados con otros bienes.
- Según los criterios de cantidad, accesibilidad, calidad y hábitos alimentarios, Holanda es el país que cuenta con la comida más abundante y saludable del mundo y los holandeses tienen la mejor dieta.

#### **4.4.6. Demanda del producto**

Holanda en el año 2013 importó 784316 TM de cacao que equivale al 13% de sus importaciones, Holanda es completamente dependiente de las importaciones para abastecer su mercado interno ya que no es un país productor de cacao significativo.



Tabla 2: Importaciones de cacao en Holanda

Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Símbolo	Valor (1000\$)	Símbolo	Valor unitario (\$/tonne)
1	Países Bajos	784316	14	2501664	1	3190
2	Alemania	446888	33	1474421	13	3299
3	Estados Unidos de América	463883	35	1468134	16	3165
4	Malasia	327084	10	1007912	4	3082
5	Bélgica	201471	38	723254	10	3590
6	Francia	145493	54	487995	28	3354
7	Italia	91870	57	335193	29	3649
8	Reino Unido	91358	84	311954	47	3415
9	España	86522	51	281542	25	3254
10	Turquía	77659	25	275472	12	3547
11	Singapur	84630	13	274657	8	3245
12	Canadá	73684	61	221811	31	3010
13	Federación de Rusia	61320	69	219468	38	3579
14	Japón	52169	76	192998	52	3699
15	Suiza	42129	25	162457	13	3856
16	China, Continental	38948	79	120911	60	3104
17	Brasil	32516	33	90873	26	2795
18	Ucrania	17493	47	82884	22	4738
19	India	20211	33	65434	27	3238
20	Tailandia	19387	50	64173	29	3310

Fuente: Trademap

Elaborado por: Diego Verdezoto

Cabe mencionar que la demanda de cacao y sus derivados en el mercado de Holanda (Países Bajos) ha aumentado significativamente en la última década, debido al interés del consumidor en probar productos nuevos innovadores, especialmente en este tipo de productos que poseen un valor agregado.

Tabla 3: Lista de los mercados proveedores de Licor de cacao a Holanda

EXPORTADORES	CANTIDAD IMPORTADA TM.
Costa de Marfil	227.069
Brasil	23.722
Bélgica	12.188
Suiza	8.508
Ecuador	9.888

Fuente: Trademap  
Elaborado por: Diego Verdezoto

Este es un reto para Ecuador, el tratar de subir su producción de Licor de cacao, sus exportaciones y por lo tanto es necesario incrementar la calidad del mismo invirtiendo en la tecnificación de los procesos.

#### Oferta del producto

La producción mundial de Licor de cacao fue de 638.195 TM en el año 2012, la producción en toneladas ha incrementado en los últimos años como se observa en la tabla.

Tabla 4: Producción mundial de cacao

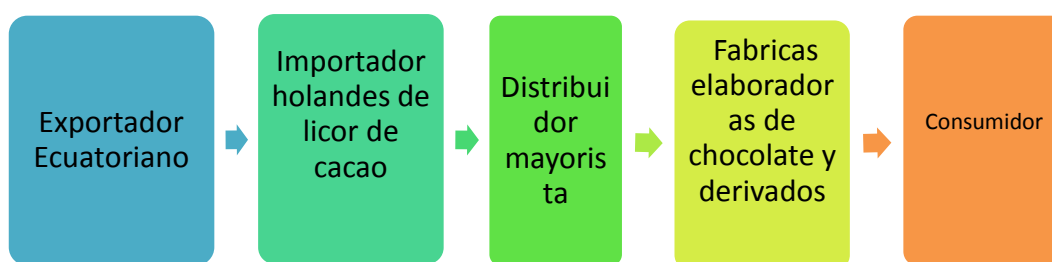
AÑO	PRODUCCIÓN MUNDIAL TM.
2008	567.998
2009	495.238
2010	558.710
2011	650.544
2012	638.195

Fuente: FAO, <http://faostat.fao.org/>

Elaborado por: Diego Verdezoto.

#### 4.4.7. Comercialización

Gráfico 7: Canales de Comercialización



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Diego Verdezoto

Como se observa en el gráfico, el exportador ecuatoriano vende al importador holandés licor de cacao; también el distribuidor mayorista provee a las fábricas que elaborarán

productos derivados de licor de cacao, finalmente llegando a manos del consumidor final.

#### **Canales minoristas**

Las fábricas que elaboran productos a base de licor de cacao como chocolates y más derivados son el canal de venta principal de licor de cacao (pasta).

#### **Canales mayoristas**

Los canales de venta se están enfocando cada vez más en el mercado general, por ello los productos de Licor de cacao y por ende de sus derivados se encuentran también en Supermercados, tiendas al por mayor donde oferten productos derivados del cacao.

#### **4.4.8 Precios del producto**

Conforme la investigación realizada, se ha determinado que el costo actual del grano de cacao en el campo es de 92,99 dólares el quintal.

El mercado Holandés, según sus requerimientos, por lo que el precio básicamente estaría determinado por el mercado internacional, el mismo que en los actuales momentos se fija en \$166,65 dólares el quintal de Licor de cacao, sin embargo en el presente Plan de negocios trabajaremos con el promedio de los últimos 5 años, que se ubica en 142,55 dólares por quintal.

#### **4.4.9. Estrategias para negociar con el mercado meta**

##### **a. Estrategias para el producto**

El producto es el bien o servicio que se ofrece o vende a los consumidores.

Objetivo: Posicionar los productos en el mercado nacional e internacional.

Beneficiarios: Los beneficiarios directos de esta estrategia son los socios de PROIFRUT S.A porque los productos tendrán reconocimiento en el mercado y los beneficiarios indirectos es la población en general.

La estrategia diseñada y relacionada al producto es:

- Incluir nuevas características al producto: PROIFRUT S.A debe ampliar su cartera de productos para que de esta manera obtenga mayor reconocimiento en el mercado.
- b. Estrategias para la comunicación o promoción.

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso.

Captar nuevos clientes dando a conocer al público sobre la empresa y los productos que oferta.

Beneficiarios: Los beneficiarios directos de esta estrategia son los socios de la empresa ya que dan a conocer los productos y los beneficiarios indirectos son los clientes.

Algunas estrategias diseñadas y relacionadas a la promoción son:

- Participar en ferias internacionales para dar a conocer al mundo sobre EL CACAO y su derivado LICOR DE CACAO de esta manera nos acercamos directamente a los empresarios que serán nuestros posibles compradores.

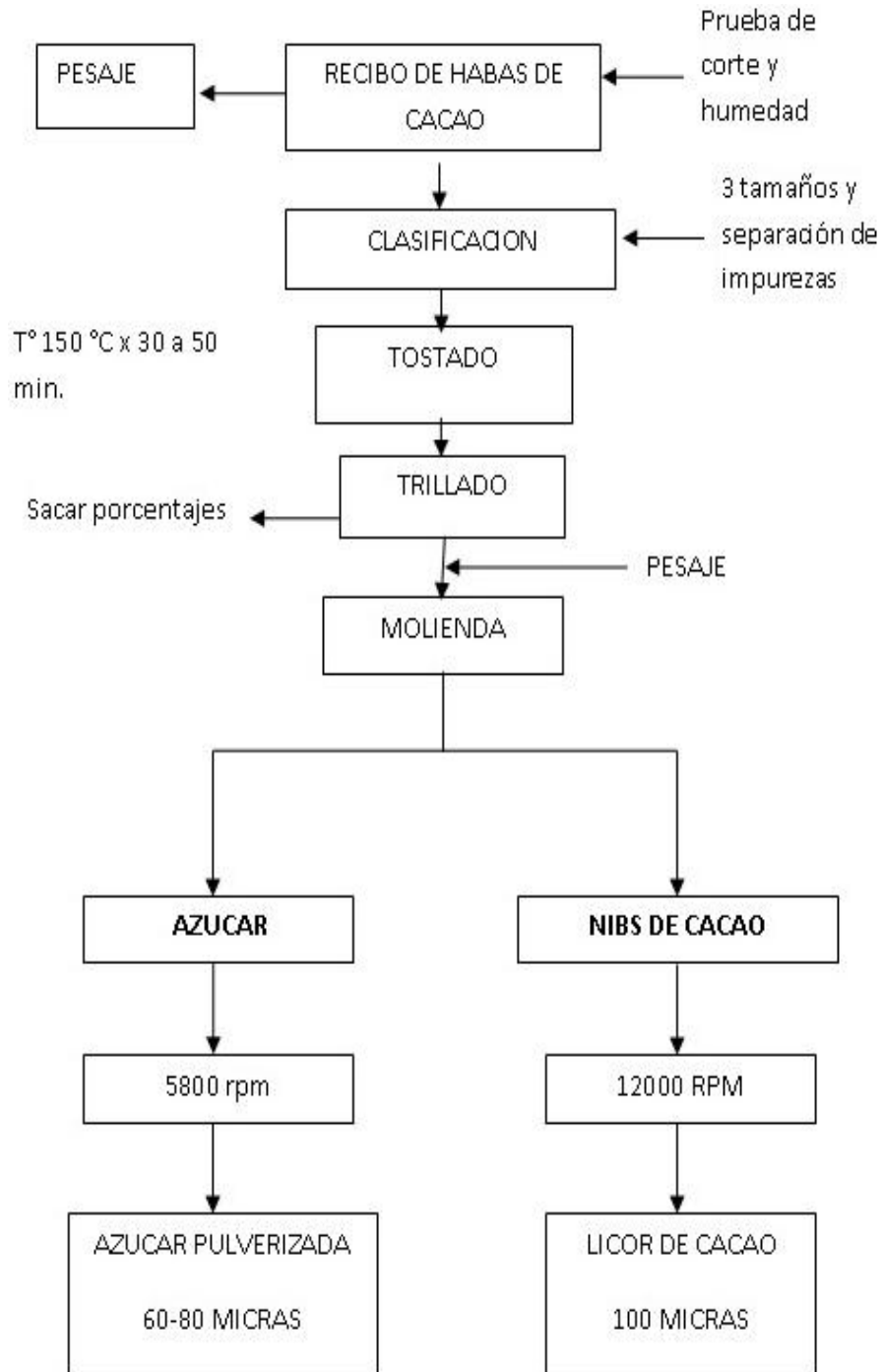
#### **4.5. ASPECTOS OPERACIONALES**

En este punto se explica el proceso productivo desde la entrega de la materia prima en la planta procesadora para obtener el producto terminado y luego se manifiesta el proceso logístico para realizar la exportación.

##### **4.5.1. PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Luego de haber explicado el proceso del cultivo de cacao ahora el siguiente paso es el proceso de producción de la materia prima. Los socios entregan el cacao en forma de materia prima en la planta procesadora.

**Gráfico 8 : DIAGRAMA DE PROCESOS**



## **Recepción de la materia prima**

La recolección se realiza mediante cortes cuidadosamente realizados a las matas de los árboles del cacao. Estos cortes se realizan mediante el empleo de machetes. En algunas ocasiones se emplean pértigas y modernamente zumbadores. Es crítico saber el instante adecuado de la recolección, que resulta ser cuando la vaina ha alcanzado su madurez. Suele haber dos épocas de recolección al año, y suelen coincidir con las más húmedas.

Se realiza la recolección del cacao en baba de las fincas de los productores cumpliendo las siguientes normas: cacao maduro, libre de impurezas, almendras sanas, cosechas del día, la recolección se la realiza empleando gavetas plásticas limpias esto asegura un buen manejo del producto.



Gráfico 9 : Recepción de materia prima

## **Volumen y peso del grano**

Antes de iniciar el proceso, se procede a establecer el peso del grano en su totalidad, escogiendo una pequeña cantidad para hacer prueba de humedad, acidez y conocer el tamaño del mismo.

Gráfico 10: preso del grano



### **Fermentación**

La fermentación es muy importante en la elaboración y determinación de los sabores que desarrollará posteriormente el chocolate. Consiste en un proceso en el que a las judías se les desprovée de vida, es decir ya no es posible desarrollar la germinación. Durante esta fase se generan algunos compuestos químicos que promueven los diferentes sabores y aromas posteriores del chocolate.

El proceso de fermentado lo realizan en cajones de madera en el cual el cacao nacional se fermenta por el lapso de 96 a 120 horas, con volteo a las 42 horas y 24 horas. Los granos deben estar bien fermentados, muerte del embrión, color chocolate característico. El substrato para la fermentación del cacao es la pulpa blanca es una mezcla de tejidos vegetales rica en azúcares (10-13 % glucosa y fructosa; 0.7 % sucrosa), sales (8-10 %), pentosanos (2-3 % pectina), ácidos orgánicos (1-2 %) y 0.6 % proteínas.

### **Prueba De Corte**

Seleccionando 100 granos al azar, se pesa y luego se divide en 100, para hallar el peso promedio del grano. Luego se procede a cortar longitudinalmente dos mitades; en seguida, se examina con suficiente luz natural; de acuerdo al color e intensidad de las grietas de los cotiledones, se clasifican en: Bien fermentados, mal fermentados, y pizarrosos. Los anteriores resultados nos muestran la calidad, mejoras y/o deficiencias durante el proceso de beneficio.



Gráfico 11 : prueba de corte



Fuente: PROIFRUT S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto

### **Secado**

El proceso que se realiza a las granas de cacao, tras la fermentación es el secado. Se realiza con el objeto de detener el crecimiento de moho y poder realizar el transporte adecuadamente. El crecimiento de moho arruina al cacao, debido al mal olor que desarrolla. Este proceso de secado debe ser realizado bajo un estricto control, evitando un sobre-secado que haría a las granas frágiles y se rompieran liberando aromas. El secado se ha de controlar además en velocidad, un secado rápido dejaría las granas inmaduras, con una liberación de aromas poco apropiada. El contenido de humedad no debe exceder un seis por ciento, valores entre los siete y ocho favorecen al crecimiento de moho.

### **Clasificación y limpieza**

En la clasificadora se realiza la limpieza, se retiran impurezas como piedras, palitos y metales u objetos extraños por medio de cribas de tres tamaños: Grande o Premium, Mediano o corriente, Pequeño o pasilla, material extraño.

Esta clasificación se hace con la justificación para que la tostión sea homogénea y no se dañe la calidad del producto final.

El grano de cacao una vez haya pasado la revisión de calidad es llevado a la máquina limpiadora a través de un sistema de transporte por cangilones. El objetivo de esta

operación es retirar los contaminantes que pueden generar peligro para la salud del consumidor, deficiencias en la calidad del producto final y daño en los equipos. Estos contaminantes pueden ser piedras, tornillos, polvos, cuerdas, excrementos de animales, residuos químicos de herbicidas, plaguicidas, etc. Por las características de la mayoría de los contaminantes, ésta se efectúa en seco, utilizando básicamente la aspiración y tamizado, además de imanes que retienen las partículas ferrosas.

Gráfico 12: clasificadora



### **Tostión**

El tostado es uno de los procesos de máxima importancia que define el gusto y aroma que posteriormente resaltarán en el chocolate. En este proceso se oscurece el color del cacao, facilitando el desprendimiento de la cascarilla y alcanza la textura ideal para el quebrantamiento del grano.

La tostadora tiene una capacidad de 80 kg. Opera con 40kg.

Las variables cambian dependiendo del grano (humedad, tamaño, fermentación).

+Temperatura - Tiempo, - Temperatura + Tiempo

Gráfico 13 : Tostadora



Fuente: PROIFRUT S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto

### **Enfriamiento del grano**

Este proceso sucede después de que el grano haya cumplido con el tiempo de tostado. Se abre la compuerta del cilindro dejando salir los granos a la tolva que tiene la tostadora la cual nos remueve el grano y por medio de unos ventiladores lo enfría, el cacao debe estar entre los 30 y 35°C esto nos permite que el grano no pierda la grasa en la trilladora.

Gráfico 14: Sistema de enfriamiento



## Descascarillado y Trillado

La eliminación de la cáscara se realiza basada en la diferencia de densidades de la cáscara y el grano. Los granos de cacao son entregados a la máquina, a través de un sistema neumático de transporte. Un tamiz previo separa los granos quebrados de los enteros, antes de que ellos entren en el quebrantador de impacto o de trituración, reduciendo de esta forma la cantidad de pedazos finos.

Luego un tamiz clasificador separa la mezcla de granos quebrantados de más grandes a más chicos, en diferentes grupos. Los granos no quebrados pasan forzosamente de nuevo al elevador. Las cascarillas en diferentes grupos de cacao partido son absorbidas por canales de succión, separadas del flujo del aire en las cámaras de expansión y conducidas por tornillos de descargas con esclusas de aire a un tornillo sinfín colector.

Los granos quebrados salen limpios de la máquina por un canal colector, ubicado al lado de la caja del tamiz. En el separador de polvo es limpiado el aire que sale del soplador.

Gráfico 15 : Descascarillado



## **Molienda**

Por medio de las fuerzas de fricción y compresión, los granos de cacao se convierten en masa, pasta o licor de cacao al pasar por el proceso de molienda. Los molinos pueden ser de discos, de rodillos o de bolas, generalmente la molienda se realiza en dos molinos: triturador y refinador. Casi siempre el primero es un molino de percusión y el segundo un molino diferencial o de rodillos. El objetivo ideal de la molienda es obtener tamaños de partículas menores o iguales a 0.04 mm, al menos en el 60% de las partículas.

El molino de percusión es un molino previo para triturar los granos de cacao quebrados provenientes de la descascarilladora, y convertirlos en una masa líquida de cacao. Estos molinos vienen provistos de una parrilla cribadora intercambiable, con ancho de separación que oscilan entre 0.08 - 0.05 mm.

El producto a moler queda en el proceso de molienda hasta que se haya logrado la finura requerida, para poder llegar a través de la parrilla cribadora a la salida. El producto molido es recogido en un recipiente y trasladado al siguiente molino, ya sea manual o mecánicamente a través de una bomba de masas o de pistones rodantes.

Gráfico 16 : Molino



### **Obtención de licor de cacao: tostado de nibs**

Los granos son sometidos a una limpieza, liberados de las impurezas, y luego son secados por un procedimiento de rayos infrarrojos para separar la cáscara y eliminar el germen. Una vez enfriados, los granos son triturados en pedazos grandes llamados nibs y separados en aventadoras.

Los fragmentos obtenidos son tostados entre 120°C y 140°C y entre 20 y 40 minutos. La duración y el grado de torrefacción o tostado dependen del origen de los granos y del producto final deseado. La torrefacción persigue desarrollar los aromas preformados en la fermentación, eliminar los últimos ácidos volátiles, reducir el contenido de agua (de 8% a 2%) y disminuir la población bacteriana. Después viene la molienda de los nibs hasta obtener la pasta, masa o licor de cacao.

Gráfico 17 : Tostadora



### **Envase**

Envase es todo recipiente o soporte que contiene o guarda un producto, protege la mercancía, facilita su transporte, ayuda a distinguirla de otros artículos y presenta el producto para su venta. Es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo.

Una de las principales funciones del envase es la de conservar el producto. El envase utilizado para la comercialización de Licor de Cacao es el siguiente:

Fundas de polietileno que son transparentes que pueden llevar o no la etiqueta de PROIFRUT S.A, dependerá del contrato que se establezca con el cliente.

El empaque contendrá 450 gr. de Licor de Cacao o pasta de cacao.

Posteriormente se procede al sellado de las fundas, cabe indicar que el empaque requerido será pequeño, barato y sobretodo que conserve y proteja al producto.

Grafico 18 : Envase



Fuente: PROIFRUT S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto

### **Embalaje**

El embalaje es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

El embalaje en el cual colocaremos el licor de cacao son sacos de yute y tienen la siguiente medida:

Alto: 105 cm

Ancho: 56 cm

Gráfico 19 Embalaje



El embalaje tiene un peso de 5.5 gr., cada saco de yute tiene capacidad para contener el peso total de 100Lbs.

En seguida se sella el embalaje y se procede al etiquetado donde se manifiesta el destino, lote, importadora, peso neto, peso bruto del producto. En este caso el peso neto es 45 kg y el peso bruto 45.5 kg.

### **Almacenaje**

Luego del cierre del embalaje se colocan los sacos en los pallets que se encuentran en la bodega de producto terminado.

Los pallets sirven para evitar la contaminación entre el suelo y los sacos, las medidas de los pallets son de 1,20\*0,90\*0,20 (L\*A\*A), también sirven como base para trasladar de un lugar a otro un gran número de sacos. El lugar donde se almacena en este caso la bodega debe ser un lugar completamente seco. La manipulación de los sacos se puede realizar manualmente ya que no se corre el riesgo de estropear el producto.



Gráfico 20: Almacenaje



Gráfico 21 : Manipulación



Fuente: PROUFRUT S.A  
Elaborado por: Diego Verdezoto

### Transporte

Para la comercialización de productos es fundamental el transporte, los principales medios de transporte para el traslado de Licor de Cacao son:

Transporte terrestre.- este medio sirve para trasladar el Licor de Cacao desde el centro de acopio en Quinsaloma hasta el puerto marítimo de Guayaquil, el contenedor a

utilizarse es el CONTENEDOR COMÚN o DRYVAN porque es disponible para trasladar cualquier carga seca, por ejemplo bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.

Gráfico 22 : Transporte terrestre



La forma más sencilla de recordar las características principales de los contenedores, es utilizar una tabla.

Tabla 5: Tipo de contenedores

Tipo de contenedor	Dimensiones internas	Dimensiones puertas	Capacidad de carga	Capacidad/volumen
20 pies	5.89*2.33*2.38 m	2.33*2.28 m	21 t	33.18 m <sup>3</sup>
40 pies	12.01*2.33*2.38 m	2.33*2.28 m	26 t	76.28 m <sup>3</sup>
40 pies H.C.	12.01*2.33*2.69 m	2.33*2.56 m	26 t	85.70 m <sup>3</sup>

Fuente: <http://www.diaramaexportinc.com/Containers.htm>

Elaborado por: Diego Verdezoto

Gráfico 23 : Contenedor de 20´



Fuente: PROIFRUT S.A

Elaborado por: Diego Verdezoto

Transporte marítimo.- Desde el puerto de Guayaquil al país de destino el transporte estará a cargo de las empresas navieras con su respectivo seguro, el transporte marítimo es uno de los medios de transporte más utilizados por su bajo costo.

Este transporte deberá utilizar PROIFRUT S.A para la exportación de Licor de Cacao hacia Holanda ya que es el medio más conveniente debido a los costos.

#### 4.5.2. Acuerdos comerciales con la Unión Europea

Los Tratados Comerciales ofrecen diversos beneficios para los países que los establecen tanto por el lado del consumidor como para los productores, ya sean grandes, medianos y pequeños productores.

El beneficio más visible son las preferencias arancelarias entre las contrapartes, actualmente el Ecuador tiene un acuerdo comercial con la UE llamado SGP Plus (Sistema de Preferencias Arancelarias.)

El SGP PLUS se renovó el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del 2014 entre Ecuador y la UE, en este periodo los exportadores ecuatorianos podrán ingresar con sus productos al mercado europeo con aranceles preferenciales.

Las preferencias arancelarias del SGP Plus las otorga la UE para incentivar el desarrollo sostenible, la protección a los derechos humanos, la protección ambiental, la lucha

contra las drogas ilícitas y el buen gobierno. Con este propósito, la Unión Europea exige a los países que se benefician de las preferencias ratificar y efectivamente implementar 27 convenciones internacionales en tales áreas.

Para ser beneficiario de este mecanismo, el país no debe haber registrado ingreso per cápita clasificado como “ingresos medios altos”, según la clasificación del Banco Mundial, durante tres años consecutivos.

Las preferencias incluyen 6.600 productos diferentes, 4.037 sensibles y 2.563 no sensibles, si son de origen ecuatoriano, todos con arancel cero, excepto camarón que estará gravado con un arancel preferencial de 3,6%.

Principales productos beneficiados con arancel cero:

- Flores, frutas tropicales, plátano hortaliza, mandarinas (que estaban gravadas en el régimen droga), cebollas, puerros, coles, coliflores, repollos y las ensaladas de verduras.
- Atún, y en general productos de la pesca
- Extractos de café, café descafeinado, tostado, molido y liofilizado, aceite de palma, tabaco, cacao (y sus derivados), jugos de frutas
- Cueros y pieles (liberalizados), bolsos de mano, calzado
- Textiles, confecciones, lencería, ropa interior, terciopelo, medias pantalón
- Polímeros, polipropileno, vidrio templado, herbicidas, peces ornamentales, alimentos para perros y gatos.

PROIFRUT S.A es uno de los productores ecuatorianos que se favorece de este acuerdo comercial porque ingresa al mercado holandés sin el pago de arancel de licor de cacao.

#### **4.5.3. Clasificación arancelaria**

Según el Arancel ecuatoriano, el código arancelario para la exportación de LICOR DE CACAO o pasta se encuentra en la:

Partida del Sistema Armonizado: 18.

Subpartida del Sistema Armonizado: 03.

Partida NANDINA: en grano 1801.

Subpartida Nacional: 00.

#### 18.03 PASTA DE CACAO, INCLUSO DESGRASADA.

Código	Designación de la Mercancía
18.03	- Pasta de Cacao, incluso desgrasada.
1801.00.00	- Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
1805.00.00	- Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones.

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.5.4. Requisitos para exportar

1. Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
  - Banco Central: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
  - Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>
3. Registrarse como Exportador en Ecuapass (<https://portal.aduana.gob.ec/>), donde podrá:
  - Actualizar datos en la base
  - Crear usuario y contraseña
  - Aceptar las políticas de uso
  - Registrar firma electrónica

#### 4.5.5. Requisitos para exportar productos orgánicos

1. Solicitar registro de operador: El usuario debe solicitar el registro de operador en la página web de Agrocalidad ([www.agrocalidad.gob.ec](http://www.agrocalidad.gob.ec)). Agrocalidad lleva el registro de los siguientes operadores orgánicos:
  - Registro de Operador Orgánico (Productor)
  - Registro de Operador Orgánico (Procesador, Comercializador)
  - Registro de Recolector Silvestre Registro de Inspector
  - Registro de Agencia Certificadora
2. Aprobar registro: Agrocalidad aprueba o rechaza, según la información detallada en el formulario de registro. La aprobación se realiza en un plazo 30 días según la normativa vigente. (Este registro es reconocido internacionalmente).
3. Obtener certificación: Este proceso involucra una inspección y aprobación del establecimiento (productor, procesador, comercializador) por parte de una de las 5 certificadoras autorizadas por Agrocalidad en el país <sup>1</sup>:

a) ECOCERT ECUADOR S. A.

Sitio Web: [www.ecocertecuador.net](http://www.ecocertecuador.net)

Gerencia – Guayaquil

Teléfono: 042561253 / 093038887

b) CERTIFICADORA ECUATORIANA DE ESTÁNDARES CERES ECUADOR CÍA. LTDA.

Sitio Web: [www.ceresecuador-cert.com](http://www.ceresecuador-cert.com)

Centro de Operaciones – Guayaquil

Teléfono: 046045570 / 085086462

Correo electrónico: [info@ceresecuador-cert.com](mailto:info@ceresecuador-cert.com)

Oficinas – Quito

Teléfono: 085086462

---

<sup>1</sup> <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-productos-organicos/>

Correo electrónico: infoquito@ceresecuador-cert.com

c) ICEA, INSTITUTO PARA LA CERTIFICACIÓN Ética y Ambiental.

Sitio Web: [www.icea.com.ec](http://www.icea.com.ec)

Oficinas – Quito

Teléfono: 02243-7249 Ext. 210

Correo electrónico: [lopez.alexandra@icea.com.ec](mailto:lopez.alexandra@icea.com.ec)

#### **4.5.6. PRE Y POST EMBARQUE**

##### Pre Embarque

Objetivo: capital de trabajo para compra de materiales, los costos de fabricación y otros requisitos.

Exportaciones DIRECTAS o INDIRECTAS vinculadas a contratos, órdenes de compra o cartas de crédito.

##### Post Embarque

Objetivo: Es el que se otorga cuando el cliente exportador ya embarcó el producto y tiene pendiente una cuenta por cobrar.

Ventas DIRECTAS o INDIRECTAS a la vista o a plazo vinculadas a cuenta abierta, cobranzas documentarias o cartas de crédito negociadas

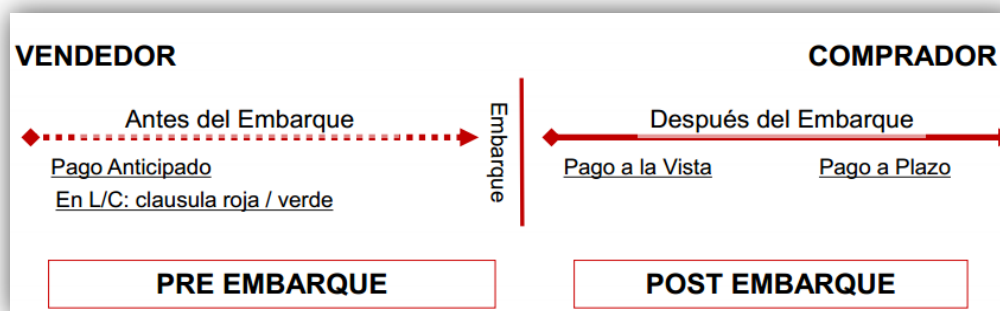


Gráfico 24

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.5.7. Documentos para exportar

Una vez registrado como exportador, el proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS. La DAE es un formulario en el que se registran todas las exportaciones que cualquier persona desea realizar.

La DAE se debe presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- ❖ Del exportador o declarante
- ❖ Descripción de mercancía por ítem de factura
- ❖ Datos del consignante.
- ❖ Destino de la carga
- ❖ Cantidades
- ❖ Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos que acompañan a DAE deberán ser los siguientes:

- ❖ Factura comercial.



- ❖ Packing list.
- ❖ Certificado de Origen.
- ❖ Documento de Transporte.

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria o Depósito Temporal del distrito aduanero donde se procede al Aforo de la misma.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- ❖ Canal de Aforo Documental.
- ❖ Canal de Aforo Físico.
- ❖ Canal de Aforo Automático.

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades.

En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

#### **4.5.8. Elección de la forma de pago y formalización legal**

La elección de la mejor forma de pago es fundamental para completar la negociación internacional, las formas de pago que se pueden negociar son las siguientes:

### **Pago Anticipado**

Es cuando el pago de la importación se hace con anterioridad al embarque de la mercancía, es decir el exportador primero recibe el pago y después procede al despacho de la mercancía. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador porque no existe la seguridad que el vendedor cumpla con las condiciones acordadas, esta forma de pago sólo se basa en la confianza que el importador le tenga a su vendedor.

### **Pago Directo**

Cuando el importador genera el pago directamente al exportador y utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad.

Los medios de pago directo son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia y son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación.

La ventaja es del comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino.

En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada ya que facilita el giro bajo instrucciones del cliente.

### **Carta de Crédito de exportación**

Documento mediante el cual un banco extranjero se compromete por cuenta de su cliente (importador) a pagar a través de un banco nacional al exportador, por la compra de productos y/o servicios, un determinado importe, a un determinado plazo, mediante la presentación y entrega de determinados documentos, siempre y cuando se cumpla con los términos y condiciones establecidos.

Para los envíos de la mercadería hacia Holanda PROIFRUT ha elegido la carta de Crédito como medio de cobro más seguro por las siguientes ventajas:

- Una vez que la carta de crédito está confirmada por un banco, el riesgo del país, económico y político, tanto como la capacidad del comprador para pagar, se eliminan. El banco está obligado a pagar aún si el cliente se declara en

bancarrota siempre que los documentos obedezcan los términos de la carta de crédito.

- Se reduce prácticamente el riesgo generado por retrasos de pagos.
- El banco asume la responsabilidad de supervisar.

#### **4.5.9. Incoterm**

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterm 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.

Clasificación de las reglas Incoterm 2010

➤ Reglas para cualquier modo o modos de transporte

EXW (En Fábrica)

FCA (Franco Porteador)

CPT (Transporte Pagado Hasta)

CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)

DAT (Entregada en Terminal)

DAP (Entregada en Lugar)

DDP (Entregada Derechos Pagados)

➤ Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores

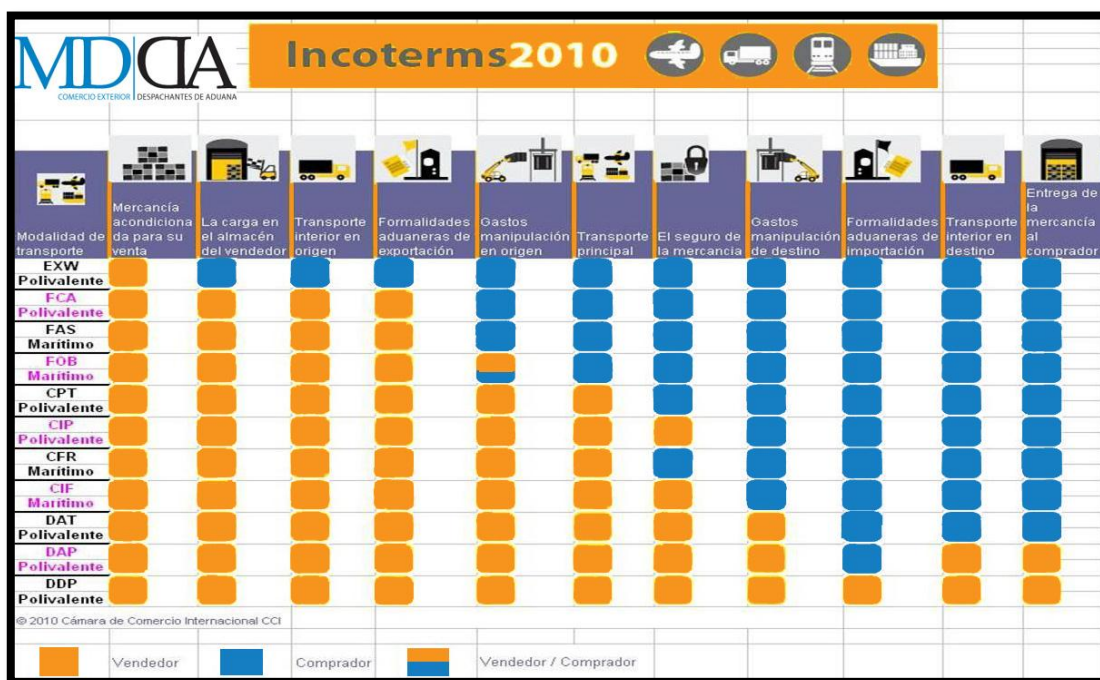
FAS (Franco al Costado del Buque)

FOB (Franco a Bordo)

CFR (Costo y Flete)

CIF (Costo, Seguro y Flete)

Gráfico 25 : INCOTERM 2010



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Diego Verdezoto

En este caso, la exportación de licor de cacao se va a realizar por vía marítima por lo que a continuación se explica los Incoterm que se utilizan para esta vía de transporte.

FAS (Franco al Costado del Buque)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma al costado del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el

comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

FOB (Franco a Bordo)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo ha indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada.

En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

#### CFR (Costo y Flete)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida.

Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

#### CIF (Costo, Seguro y Flete)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida. Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada.

Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el puerto de destino designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador.

En el caso de que el comprador esté interesado de contratar coberturas adicionales de seguro, será a expensas de él mismo, y deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que facilite la obtención de esa cobertura adicional.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

Para el envío de nuestra mercancía el Incoterm más adecuado y que se ajusta a las necesidades de la empresa es el término FOB.

#### **4.6 ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA**

El propósito de este capítulo es determinar los montos de los recursos de inversión para la ejecución del Plan de exportación, identificar los ingresos y costos totales para la operación de la planta. En base a indicadores financieros se conocerá la rentabilidad del proyecto, se establecerá el punto de equilibrio y el tiempo en el que los accionistas



recuperan la inversión estableciendo finalmente la viabilidad financiera del proyecto. (Baca, 2010).

#### 4.6.1 Criterios de Proyección

Los criterios de proyección financiera son un instrumento que nos permite ver en números el futuro de una empresa. (Murcia, 2009).

En este caso el Plan de negocios para exportar licor de cacao, considera los siguientes supuestos:

Tabla 6: SUPUESTOS

Exportación 1	4	Contenedores
Exportación 2	5	Contenedores
Exportación 3	6	Contenedores
Exportación 4	7	Contenedores
Exportación 5	8	Contenedores
Costo cacao grano	92,99	Kg
Inflación	4,16%	Anual
Inc. Sueldos	6,20%	Anual
Tasa de seguros maquinaria	3,6%	Anual
Tarifa de seguros mercancía	557,94	Costo
Precio Exportación Holanda	142,55	qq
Capital trabajo	77.454,83	1 Contenedor
Contenedor	600	qq
Quintal	100	Lbs

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diego Verdezoto.

#### 4.6.2 Exportación

Según el estudio realizado se prevé exportar en el año uno cuatro contenedores, y se incrementa un contenedor por año, hasta llegar al año cinco que se estima exportar ocho contenedores.

### 4.6.3 Costo

Conforme la investigación realizada, se ha determinado que el costo actual del grano de cacao en el campo es de 92,99 dólares el quintal.

### 4.6.4 Inflación

Para definir los criterios de proyección se debe hablar de la inflación, por cuanto se puede hacer con o sin ella.

La inflación es la caída del poder adquisitivo del dinero o el aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios. Se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular. (Murcia, 2009)

A continuación se presenta los datos históricos de la inflación en nuestro país.

Tabla 7: Tasas de Inflación anual

<b>Año</b>	<b>Inflación anual</b>
2005	3,13%
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%

Fuente: Inec

Elaborado por: Diego Verdezoto

La proyección del estado de resultados puede ser:

a) A precios constantes: sin inflación. Como si se lograra producir y vender a precios de hoy, sin ser afectados por la inflación.

b) A precios corrientes: con inflación. Como si se produjera y vendiera a precios reajustados por la inflación en el tiempo. Para aplicar este método se requiere establecer el año base, establecer el horizonte del proyecto y calcular el factor de proyección, se acude a la Tasa de tendencia inflacionaria TTI para proyectar, teniendo en cuenta el factor de conversión de precios constantes a precios corrientes:  $(1 + TTI)^n$ . (Córdova, 2011).

$$\text{Precio Corriente} = \text{precio constante} * (1 + TTI)^n$$

$$TTI = (F / P)^{(1/n)} - 1$$

Dónde:

F: Valor futuro

P: valor presente

n: Número de períodos

En el presente proyecto se considera el método de proyección a precios constantes.

#### **4.6.5 Incremento de sueldos**

En el caso de los sueldos, se ha considerado un incremento 6,2%, ya que los sueldos en los últimos años se han venido incrementando en valores muy por encima de la tasa de inflación, por lo tanto para proyectar este rubro se considera la tasa promedio de incremento de los sueldos de los últimos 7 años, que se ubica en un 10,36%, menos la tasa de inflación promedio, ya que consideramos precios constantes es decir sin inflación.

Tabla 8: Ecuador, Porcentajes de incremento de sueldos por años

<b>Año</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Incremento</b>
2007	170	6,25%
2008	200	17,65%
2009	218	9,00%
2010	240	10,09%
2011	264	10,00%
2012	292	10,61%
2013	318	8,90%
Σ		72,50%
Promedio		10,36%

Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Diego Verdezoto

$$\text{Incremento sueldos} = 10,36\% - 4,16\% = 6,2\%$$

#### **4.6.6 Prima de seguros (Pólizas)**

La tasa de seguros que se utiliza es del 3,6%, por ser la menor, según los datos proporcionados por aseguradoras y brókeres de seguros, conforme se detallan en la tabla adjunta.

Tabla 9: Prima de seguros, por aseguradora

<b>Aseguradora</b>	<b>Prima</b>
Equinoccial	4,0
Panamericana	3,6
Aseguradora del sur	3,7
Colonial	3,8
Latina	4,1
Sweaden	3,8

Fuente: Aseguradoras, brókeres

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### **4.6.7 Precio de exportación**

Para la determinación del precio del producto, se debe considerar tres parámetros importantes que son:

- a) El costo de producción
- b) El precio de venta promedio del mercado, y
- c) El margen de utilidad de la empresa. (Baca, 2010)

Nuestro producto se pretende vender directamente en el mercado Holandes, según sus requerimientos, por lo que el precio básicamente estaría determinado por el mercado de internacional, el mismo que en los actuales momentos se fija en \$166,65 dólares el quintal de Licor de cacao, sin embargo en el presente Plan de negocios trabajaremos con el promedio de los últimos 5 años, que se ubica en 142,55 dólares por quintal.

#### **4.6.8 Capital de trabajo**

El capital de trabajo es el total de los recursos necesarios para la operación normal de la planta, hasta que los ingresos generados por la exportación del producto cubran los gastos de operación durante el ciclo productivo para el tamaño determinado del proyecto. (Baca, 2010). En nuestro caso se requiere \$ 77.454,83 dólares para procesar un contenedor.

## 4.7. INVERSIONES

### 4.7.1 Inversión inicial

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa con excepción del capital de trabajo”. (Baca, 2010)

En este capítulo se detallan cada uno de los rubros de la fase de procesamiento del cacao, en los cuales la empresa debe invertir con el objeto de alcanzar sus objetivos. El precio de los mismos ha sido estimado gracias a diversas cotizaciones que se han logrado obtener.

En la Tabla continua, se detalla el monto total de la inversión para el proyecto, que es de \$232.924,83 USD; que está conformada por: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 10: Total Inversiones

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terreno	15.000,00
Edificios	89.000,00
Maquinaria	43.030,00
Equipos y Herramientas	1.200,00
Equipo de oficina	600,00
Equipos de Computación	2.880,00
Muebles y Enseres	1.760,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	2.000,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Capital de trabajo	77.454,83
<b>TOTAL</b>	<b>232.924,83</b>

Fuente: Tablas de inversiones detalladas por ítem

Elaborado por: Diego Verdezoto.

#### 4.7.2 Activos fijos tangibles

Constituyen todas las inversiones en activos fijos, es decir aquellos bienes tangibles de propiedad de la empresa que han de tener una existencia prolongada y que están sujetos a depreciación.

#### 4.7.3 Edificios

Se prevé la construcción de un área administrativa de 80 metros cuadrados; y un área de producción de 250 m<sup>2</sup> de cimentación de hormigón armado y estructura de acero, cubierta de eternit, además de un área de parqueadero de 300 m<sup>2</sup>, conforme el detalle adjunto.

Tabla 11: Presupuesto construcciones

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Área administrativa	m2	80	300	24.000
Área producción	m2	250	200	50.000
Área de parqueo	m2	300	50	15.000
<b>TOTAL</b>				<b>89.000</b>

Fuente: Cámara de la construcción,

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.7.4 Maquinaria

Se estima comprar toda la maquinaria conforme el proceso de producción, lo que se detalla en la tabla adjunta.

Tabla 12: Presupuesto maquinaria

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
Despedregadora	Unidad	1	2.400	2.400
Seleccionadora gravimétrica	Unidad	1	2.200	2.200
Oreadora secadora	Unidad	1	8.130	8.130
Depósito metálico	Unidad	1	2.600	2.600
Descascarilladora de cacao	Unidad	1	1.800	1.800
Seleccionadora por tamaño	Unidad	1	5.000	5.000
Molino de granos	Unidad	1	4.000	4.000
Tostadora	Unidad	1	5.400	5.400
Banda transportadora	Unidad	1	4.700	4.700
Elevador	Unidad	1	2.500	2.500
Balanza electrónica	Unidad	1	1.000	1.000
Embazadora	Unidad	1	3.300	3.300
<b>TOTAL</b>				<b>43.030</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diego Verdezoto

Se ha considerado adquirir tecnología de punta, lo que nos permite minimizar el desperdicio y obtener un producto de calidad, para satisfacer las exigencias del mercado y al mismo tiempo mejora los rendimientos de producción.

#### **4.7.5 Equipos y herramientas**

Para el normal desarrollo del proyecto, se prevé comprar los siguientes equipos y herramientas:



Tabla 13: Presupuesto equipos y herramientas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	TOTAL
Gavetas	Unidades	20	30	600
Utensilios de madera	Unidades	10	10	100
Kit herramientas mecánica	Unidad	1	500	500
TOTAL				1.200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.7.6 Equipo de oficina

Para cubrir las necesidades del personal administrativo, operativo, clientes, y todo el personal que visite la empresa, se requiere de los siguientes equipos:

Tabla 14: Presupuesto equipo de oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	TOTAL
Central telefónica	Unidad	1	300	300
Kit oficina	Unidades	1	100	100
Cafetera	Unidad	1	100	100
Dispensador de agua	Unidades	1	100	100
TOTAL				<b>600</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.7.8 Equipos de computación

Tabla 15 :Presupuesto equipo de computación

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computador de escritorio	Unidades	3	850	2.550
Impresora multifunción	Unidades	3	110	330
TOTAL				2.880

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Diego Verdezoto

Las necesidades de equipo de cómputo que requiere el personal de la empresa se han descrito en la tabla anterior.

#### 4.7.9 Muebles y enseres

Para el normal desarrollo del proyecto, se prevé comprar los siguientes muebles y enseres.

Tabla 16: Presupuesto muebles y enseres

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
Escritorios ejecutivos	Unidades	3	180	540
Sillas giratorias	Unidades	3	200	600
Archivadores	Unidad	3	120	360
Sillas	Unidades	10	20	200
Basureros	Unidades	3	20	60
TOTAL				1.760

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.7.10 Activos fijos intangibles

Los activos fijos intangibles representan todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, sean estos gastos de constitución, gastos de investigación y desarrollo, etc. Constituyendo inversiones intangibles susceptibles de amortización, al igual que la depreciación afectarán el flujo de caja.

Tabla 17 :Presupuesto gastos de constitución

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Constitución compañía	1	1000	1000
Registro mercantil	1	500	500
Registro Superintendencia de compañías	1	300	300
Certificación cuerpo de bomberos	1	100	100
RUC	1	-	-
Patente municipal	1	100	100
<b>TOTAL</b>			<b>2.000</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.7.11 Capital de trabajo

El capital de trabajo es el total de los recursos necesarios para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el proyecto cubran los gastos de operación durante el ciclo productivo para el tamaño determinado del proyecto. (Baca, 2010).

El capital de trabajo para el presente Plan de negocios, lo constituyen el costo de producción más el costo de Operación, prorrateado para exportar un contenedor, se detalla a continuación:

Tabla 18 :Presupuesto capital de trabajo

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>
COSTO PRODUCCIÓN		259.127,95
GASTO OPERACIONAL		50.691,36
TOTAL EGRESOS		309.819,31
CAPITAL DE TRABAJO	77.454,83	

Fuente: Tabla Costos

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### **4.8 FINANCIAMIENTO**

La inversión total del Plan de exportación asciende a USD \$ 232.924,83 dólares, los cuales se financiarán en el 100% con capital propio.

#### **4.9 COSTOS Y GASTOS**

##### **4.9.1 Presupuesto de costos de producción**

El costo de producción está conformado por todas aquellas partidas que intervienen directamente en el proceso de producción. (Baca, 2010).

A continuación se muestra cada una de ellas:

##### **4.9.2 Materia prima**

El consumo de la materia prima del proyecto, está directamente relacionado con la capacidad del contenedor de 20 pies, en este caso se estima exportar 600 quintales por

contenedor, envasados en fundas de polietileno herméticamente selladas y embaladas en sacos de yute, conforme el siguiente detalle:

Tabla 19:Presupuesto materia prima

ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO QUINTAL	QUINTALES x CONTENEDOR	COSTO CONTENEDOR
Cacao en grano	qq	1	92,99	600	55.794,00
<b>Total</b>					<b>55.794,00</b>

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.9.3 Mano de obra directa

La ejecución del presente plan de negocios, genera 4 plazas de trabajo fijas, conforme el siguiente detalle:

Tabla 20:Presupuesto mano de obra directa

ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO CONTENEDOR	COSTO ANUAL
Secado	Jornales	20,0	24,20	483,92	1.935,67
Limpieza	Jornales	20,0	24,20	483,92	1.935,67
Tostado	Jornales	20,0	24,20	483,92	1.935,67
Descascarillado	Jornales	20,0	24,20	483,92	1.935,67
Molienda	Jornales	20,0	24,20	483,92	1.935,67
Enfriamiento	Jornales	10,0	24,20	241,96	967,84
Atemperado	Jornales	10,0	24,20	241,96	967,84
Empacado	Jornales	10,0	24,20	241,96	967,84
<b>Total</b>					<b>12.581,87</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.9.4 Materiales indirectos

Los materiales indirectos son aquellos que forman parte auxiliar de la presentación final del producto terminado, aquí se incluyen envases, etiquetas, etc.

Tabla 21 :Presupuesto materiales indirectos

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO CONTENEDOR	COSTO ANUAL
Fundas polietileno	600	Unidades	0,2	120	480
Etiquetas	600	Unidades	0,1	60	240
Total					

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: El autor

#### 4.9.5 Costos generales de fabricación

Constituyen aquellos costos varios que se originan en la planta de producción.

Tabla 22: Presupuesto costos generales de fabricación

DETALLE	MESES	CANTIDAD	COSTO PROM MENSUAL	COSTO ANUAL
Mano de obra indirecta	12	1	738,42	8.861,00
Materiales indirectos	12	1	60,00	720,00
Servicios básicos	12	1	300,00	3.600,00
Mantenimiento maquinaria	12	1	200,00	2.400,00
Combustibles y lubricantes	12	2	200,00	4.800,00
Seguro maquinaria	12	1	129,09	1.549,08
Seguridad industrial	12	1	100,00	1.200,00
Implementos de limpieza	12	1	20,00	240,00
TOTAL				23.370,08

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.10 PRESUPUESTO DE GASTOS

##### 4.10.1 Gastos administrativos y ventas

Los gastos administrativos y de ventas, son todos aquellos que se detallan en el cuadro inferior; éstos son de naturaleza fija, ya que su cuantía no depende directamente del aumento o disminución del nivel de producción.

Este tipo de gastos son necesarios para que la empresa alcance el mejor desarrollo de gestión y ventas.

Tabla 23: Presupuesto gastos administrativos

<b>DETALLE</b>	<b>MESES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Gastos de movilización	12	1	200,00	2.400,00
Servicios básicos	12	1	50,00	600,00
Telefonía celular	12	1	50,00	600,00
Suministros y materiales de oficina	12	1	30,00	360,00
Implementos de limpieza	12	1	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.200,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto

##### 4.10.2 Gastos de Exportación

Los gastos de exportación constituyen todos los desembolsos que se realizan desde que el producto está en Stock en planta, hasta la entrega a la empresa compradora, según el

Incoterm negociado, estos gastos pueden ser Directos e indirectos, conforme se detallan a continuación:

Tabla 24 :Presupuesto Gastos de Exportación Directos

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO CONTENEDOR</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Embalaje	600	0,10	60,00	240,00
Transporte interno	1	250,00	250,00	1.000,00
Seguro transporte interno	1	557,94	557,94	2.231,76
Pallets	12	15,00	180,00	720,00
Almacenaje	1	200,00	200,00	800,00
Obtención de documentos	1	200,00	200,00	800,00
Alquiler de contenedores	1	500,00	500,00	2.000,00
Abrazaderas	600	1,00	600,00	2.400,00
<b>TOTAL</b>			2.547,94	10.191,76

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto

Tabla 25: Presupuesto Gastos de Exportación Indirectos

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
Gastos bancarios	1	50,00	200,00
Certificado de origen	1	25,00	100,00
Inspección antinarcóticos	1	120,00	480,00
Agente de aduanas	1	180,00	720,00
<b>TOTAL</b>		375,00	1.500,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto



#### 4.10.2 Depreciaciones y amortizaciones

Son costos virtuales, es decir que tienen un efecto de un costo sin serlo. Para calcular el monto de los cargos se deberán utilizar los porcentajes autorizados por la ley tributaria del país.

#### Depreciaciones

Tabla 26 :Depreciación activos fijos

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANNUAL</b>
Edificios	105.000,00	20	5.250,00
Maquinaria	43.030,00	10	4.303,00
Equipos y Herramientas	1.200,00	5	240,00
Equipo de oficina	600,00	5	120,00
Equipos de Computación	2.880,00	3	960,00
Muebles y Enseres	1.760,00	10	176,00
Total	\$154.470,00		11.049,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### Amortizaciones

Tabla 27: Amortización activos diferidos

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>AÑO 1</b>
Gastos de constitución	2000	5	400,00
Total	2000		400,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Diego Verdezoto

## INGRESOS

Para la proyección de los ingresos por venta de Licor de cacao se considera un precio de mercado de 142,55 dólares, y se estima vender cuatro contenedores de 600 quintales cada uno que en el primer año, y de ahí se estima un incremento anual de un contenedor, llegando a exportar en el año cinco ocho contenedores.

Tabla 28 :Proyección de ingresos

AÑOS	CANTIDAD QQ/CONTEN	NUMERO CONTEN.	CANTIDAD TOTAL (QQ)	PRECIO DE VENTA (QQ)	INGRESOS VENTAS (\$)
0		-		-	-
1	600	4	2.400	143	342.120,00
2	600	5	3.000	143	427.650,00
3	600	6	3.600	143	513.180,00
4	600	7	4.200	143	598.710,00
5	600	8	4.800	143	684.240,00
<b>TOTAL</b>			18.000		<b>2.565.900,00</b>

Fuente: Tabla Supuestos, Tabla evolución de precios

Elaborado por: Diego Verdezoto

Tabla 29 :Proyección de costos totales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>	60.058,68	62.610,73	65.330,61	67.268,73	70.356,13
Mano de obra indirecta	8.861,00	9.410,38	9.993,83	10.613,44	11.271,48
Seguros	1.549,08	1.394,17	1.239,26	1.084,36	929,45
Depreciación	10.249,00	10.249,00	10.249,00	9.289,00	9.289,00
Amortización	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gastos administrativos y ventas	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Sueldos y salarios	34.799,60	36.957,18	39.248,52	41.681,93	44.266,21
Gastos financieros					-
<b>COSTOS VARIABLES</b>	260.409,63	322.452,04	384.494,45	446.536,86	508.579,27
Materia prima directa	223.176,00	278.970,00	334.764,00	390.558,00	446.352,00
Mano de obra directa	12.581,87	15.727,34	18.872,81	22.018,28	25.163,75
Materiales indirectos	720,00	900,00	1.080,00	1.260,00	1.440,00
Costos generales de fabricación	12.240,00	12.240,00	12.240,00	12.240,00	12.240,00
Gastos de exportación directos	10191,76	12739,7	15287,64	17835,58	20383,52
Gastos de exportación indirectos	1500	1875	2250	2625	3000
<b>COSTO TOTAL</b>	320.468,31	385.062,77	449.825,06	513.805,58	578.935,40

Fuente: Tabla Costos de producción, Costos operativos

Elaborado por: Diego Verdezoto

*Estados proforma*

Tabla 30: Balance general

<b>ACTIVO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>77.454,83</b>	102.458,90	141.343,23	193.996,56	259.977,18	339.483,14
Disponible	77.454,83	102.458,90	141.343,23	193.996,56	259.977,18	339.483,14
Inventarios						
Cuentas por cobrar						
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>155.470,00</b>	144.821,00	134.172,00	123.523,00	113.834,00	104.145,00
Terreno	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Edificios	89.000,00	89.000,00	89.000,00	89.000,00	89.000,00	89.000,00
Maquinaria	43.030,00	43.030,00	43.030,00	43.030,00	43.030,00	43.030,00
Equipos y Herramientas	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Equipo de oficina	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Equipos de Computación	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Muebles y Enseres	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00	1.760,00
Depreciación acumulada		-10.249,00	-20.498,00	-30.747,00	-40.036,00	-49.325,00
Gastos Constitución	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Amortización acumulada	-	-400,00	-800,00	-1.200,00	-1.600,00	-2.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>232.924,83</b>	<b>247.279,90</b>	<b>275.515,23</b>	<b>317.519,56</b>	<b>373.811,18</b>	<b>443.628,14</b>
<b>PASIVO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	-					
Deudas a corto plazo	-					
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	-					
Deudas a largo plazo						
<b>TOTAL PASIVO</b>	-					
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	232.924,83	232.924,83	232.924,83	232.924,83	232.924,83	232.924,83
Utilidad o pérdida acumulada			14.355,07	42.590,40	84.594,73	140.886,36
Utilidad del ejercicio	-	14.355,07	28.235,33	42.004,33	56.291,63	69.816,95
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>232.924,83</b>	<b>247.279,90</b>	<b>275.515,23</b>	<b>317.519,56</b>	<b>373.811,18</b>	<b>443.628,14</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>232.924,83</b>	<b>247.279,90</b>	<b>275.515,23</b>	<b>317.519,56</b>	<b>373.811,18</b>	<b>443.628,14</b>

Fuente: Inversiones, Depreciaciones, Amortizaciones

Elaborado por: Diego Verdezoto  
*Estado de resultados Proforma*  
 Tabla 31 :Estado de resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	342.120,00	427.650,00	513.180,00	598.710,00	684.240,00
COSTO DE PRODUCCION	259.127,95	318.641,89	378.189,90	437.774,08	497.396,67
UTIL. o PERD. BRUTA EN VTAS	82.992,05	109.008,11	134.990,10	160.935,92	186.843,33
GASTOS OPERACIONALES	50.691,36	55.771,88	60.986,16	66.342,51	71.849,73
DEPRECIACIÓN	10.249,00	10.249,00	10.249,00	9.289,00	9.289,00
AMORTIZACIONES	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
UTILIDAD OPERACIONAL	21.651,69	42.587,23	63.354,94	84.904,42	105.304,60
GASTOS FINANCIEROS					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	21.651,69	42.587,23	63.354,94	84.904,42	105.304,60
15% REPARTO TRABAJADORES	3.247,75	6.388,08	9.503,24	12.735,66	15.795,69
UTIL. O PERD. ANTES DE IMP.	18.403,93	36.199,15	53.851,70	72.168,75	89.508,91
22 % IMPUESTO A LA RENTA	4.048,87	7.963,81	11.847,37	15.877,13	19.691,96
UTILIDAD NETA	14.355,07	28.235,33	42.004,33	56.291,63	69.816,95

Fuente: Ingresos, Costos

Elaborado por: Diego Verdezoto

Tabla 32 :Flujo de fondos Proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		342.120,00	427.650,00	513.180,00	598.710,00	684.240,00
COSTO DE PRODUCCION		259.127,95	318.641,89	378.189,90	437.774,08	497.396,67
UTIL. o PERD. BRUTA EN VTAS		82.992,05	109.008,11	134.990,10	160.935,92	186.843,33
GASTOS OPERACIONALES		50.691,36	55.771,88	60.986,16	66.342,51	71.849,73
DEPRECIACIÓN		10.249,00	10.249,00	10.249,00	9.289,00	9.289,00
AMORTIZACIONES		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
UTILIDAD OPERACIONAL		21.651,69	42.587,23	63.354,94	84.904,42	105.304,60
GASTOS FINANCIEROS						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21.651,69	42.587,23	63.354,94	84.904,42	105.304,60
15% REPARTO TRABAJADORES		3.247,75	6.388,08	9.503,24	12.735,66	15.795,69
UTIL. O PERD. ANTES DE IMP.		18.403,93	36.199,15	53.851,70	72.168,75	89.508,91
22 % IMPUESTO A LA RENTA		4.048,87	7.963,81	11.847,37	15.877,13	19.691,96
UTILIDAD NETA		14.355,07	28.235,33	42.004,33	56.291,63	69.816,95
Depreciación		10.249,00	10.249,00	10.249,00	9.289,00	9.289,00
Amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Inversión inicial	-155.470,00					
Capital de trabajo	-77.454,83					
Recuperación del CT						77.454,83
Préstamo						
Amortización del Préstamo						
Valor de Salvamento						104.145,00
<b>= CASHFLOW</b>	<b>-232.924,83</b>	<b>25.004,07</b>	<b>38.884,33</b>	<b>52.653,33</b>	<b>65.980,63</b>	<b>261.105,78</b>

Fuente: Ingresos, Costos

Elaborado por: El autor

#### **4.10.4 Evaluación financiera**

“La evaluación de proyectos tiene como finalidad determinar el mayor o menor grado de mérito de la acción de asignar los escasos recursos de capital a determinada inversión.

La determinación de los méritos de un proyecto puede realizarse únicamente a través de la medición de ciertas magnitudes que se encuentran ordenadas sistemáticamente. Esta medición de magnitudes nos dará como resultado ciertos coeficientes de evaluación cuya utilización estará de acuerdo con los criterios que se quieran enfatizar en la realización del respectivo análisis. (Barreno, 2004).

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión. (Meza, 2009).

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La TMAR es la tasa mínima de rentabilidad que los socios deben obtener para aceptar la viabilidad del proyecto.

La TMAR considera dos escenarios, una TMAR simple que evalúa el proyecto sin financiamiento y una mixta que considera la participación porcentual de alguna fuente de financiamiento. Para el cálculo de la TMAR simple se considera la tasa de tendencia inflacionaria de 4.16%. Ver Tabla TTI.

### TMAR Simple

Tmar =	14,83%	nominal
Tasa tendencia inflacionaria =	4,16%	
TMAR =	10,24%	

La tasa mínima aceptable de rendimiento es del 10,24% para el proyecto.

### Valor actual neto (VAN)

Conocido también como valor presente neto (VPN), este método consiste en restar el valor actual (VA) la inversión inicial (Io), de tal forma que si esta diferencia es cero o mayor de cero, el proyecto se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza. (Hernández & Hernández, 2002).

El Valor Actual Neto para el presente proyecto es de USD. \$ 66.097,62 al ser un valor positivo nos demuestra que el proyecto es financieramente viable.

Tabla 33. Cálculo del VAN con y sin crédito

Indicador	
VEFE	\$ 299.022,45
VAN	\$ 66.097,62

Fuente: Tabla Flujo de fondos, TMAR

Elaborado por: Diego Verdezoto

### Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento para la cual el valor actual neto es igual cero. El TIR es la tasa que nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en el proyecto. (Baca, 2010)



Tabla 34. Cálculo de la TIR con y sin crédito

Indicador	Sin crédito
TMAR	10,24%
TIR	17,52%

Fuente: Tabla Flujo de fondos, TMAR

Elaborado por: Diego Verdezoto

Si comparamos la TIR de 17,52%, con la TMAR 10,24%, podemos ver que es superior la TIR, por lo tanto, el proyecto es viable financieramente, ya que generaría un alto grado de rentabilidad para el inversionista.

Tabla 35: Tabla Sensibilidad de la TIR

TASA	VAFE	VAN
0%	\$ 443.628,14	210.703,31
3%	\$ 392.968,33	160.043,50
6%	\$ 349.780,67	116.855,85
9%	\$ 312.768,89	79.844,06
12%	\$ 280.891,32	47.966,50
15%	\$ 253.305,58	20.380,76
17,52%	\$ 232.924,83	-
18%	\$ 229.326,27	-3.598,56
21%	\$ 208.392,50	-24.532,33
24%	\$ 190.042,81	-42.882,01
27%	\$ 173.895,53	-59.029,30
30%	\$ 159.633,42	-73.291,41
33%	\$ 146.991,57	-85.933,26
36%	\$ 135.747,75	-97.177,08

Fuente: Tabla Flujo de fondos, TMAR

Elaborado por: Diego Verdezoto

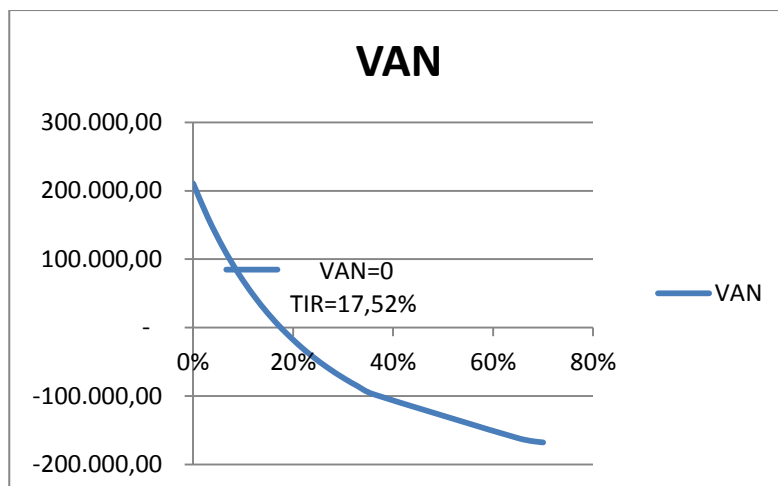


Gráfico 26 : VAN y TIR del proyecto

Fuente: Tabla sensibilidad de la TIR

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### Relación beneficio – costo (RB/C)

Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de la clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto. (Córdova, 2011)

Tabla 36. Cálculo de la RB/C con y sin crédito

Indicador	Valor
RB/C	1,28

Fuente: Tabla Flujo de fondos, TMAR

Elaborado por: Diego Verdezoto

Esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá 1,28 dólares, lo que implica que nos genera una utilidad de 0,28 dólares. Por lo tanto es viable la ejecución del proyecto.

### Período de recuperación de la inversión (PRI)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de una inversión recuperen su costo inversión inicial. (Córdova, 2011)

El cálculo, está basado en la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el período en que esta sumatoria sea exactamente igual o superior a la inversión inicial.

Tabla 37. *Cálculo de la PRI*

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJOS DESCONTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	-232.924,83	(\$ 232.924,83)	(\$ 232.924,83)
1	25.004,07	\$ 22.681,48	(\$ 210.243,34)
2	38.884,33	\$ 31.996,04	(\$ 178.247,30)
3	52.653,33	\$ 39.301,42	(\$ 138.945,89)
4	65.980,63	\$ 44.674,49	(\$ 94.271,39)
5	261.105,78	\$ 160.369,02	\$ 66.097,62

Fuente: Tabla Flujo de fondos, TMAR

Elaborado por: Diego Verdezoto

$$\text{PRI} = 4 \text{ años } 7 \text{ meses } 1 \text{ día}$$

En la tabla anterior, podemos apreciar, como la inversión será recuperada en cuatro años, siete meses y un día valor que se encuentra dentro de la vida útil del proyecto, por lo tanto se considera a este indicador como un factor positivo para la ejecución del mismo.

### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen de ventas que se requiere para que los ingresos totales y los costos de operación totales sean iguales, o para que la ganancia operativa sea igual a

cero; puede expresarse en unidades o en dinero de ventas. La gráfica del punto de equilibrio representa la relación entre los ingresos totales y los costos totales para varios niveles de producción y ventas, nos indica las áreas de ganancias y de pérdidas. (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Fórmula de cálculo del punto de equilibrio:

$$PE\$ = \frac{CF}{\% CMg} \qquad PEq = \frac{CF}{P - CVu}$$

Proceso de cálculo:

Tabla 38. *Datos cálculo punto de equilibrio*

<b>Variable</b>	<b>Valor</b>
Precio	\$142,55
Cantidad	18.000,00
Costo fijo	\$ 325.624,88
Costo variable total	\$ 1.922.472,25
Costo variable unitario	\$ 106,80

Fuente: Tabla Proyección Costos totales.

Elaborado por: Diego Verdezoto

$$PE\$ = \$ 1.298.546,53$$

$$PEq = 9.109,41 \text{ Quintales}$$

En la parte superior encontramos los cálculos realizados para obtener el punto de equilibrio del proyecto, en donde para no perder ni ganar se deben exportar 9.109,41 Quintales de Licor de cacao, o vender \$ 1.298.546,53 dólares.

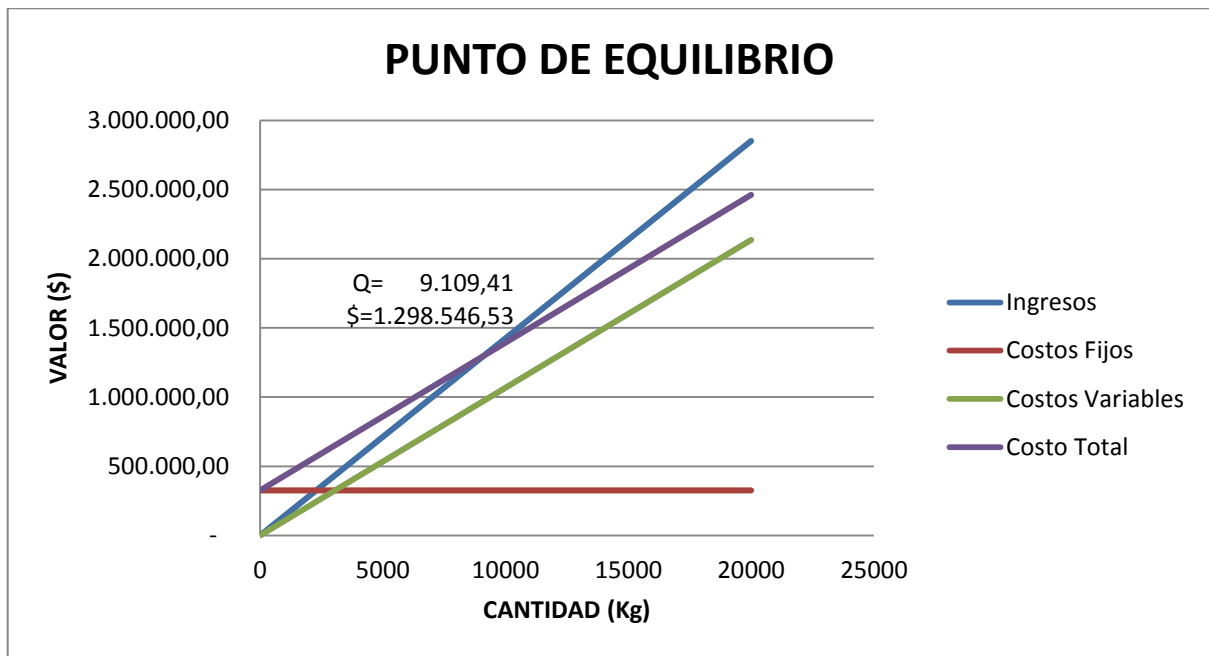


Gráfico 27 : punto de equilibrio

Fuente: Tabla punto de equilibrio

Elaborado por: Diego Verdezoto

#### 4.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad he seleccionado dos variables cambiantes como son: el costo de la materia prima (Cacao), El porcentaje de incremento de salarios. Cabe mencionar que se ha seleccionado estas dos variables, porque son las que mayor impacto tiene sobre nuestro proyecto, y a la vez se escapan de nuestro control. De la misma manera se ha visto conveniente evaluar la sensibilidad, a través de indicadores como el VAN y el TIR.

##### Escenario optimista

En el escenario optimista se prevé que el porcentaje de incremento de sueldos baje del 6,2% al 4%, y que el costo de la materia prima baje de 92,99 dólares el quintal a 90,00 dólares. Luego de aplicar estos cambios, se obtiene los siguientes resultados: una TIR del

20,95% y un Valor Actual Neto de \$ 97.843,36 dólares, conforme se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 39: Análisis de sensibilidad (Situación optimista)

Resumen de escenario	Situación Normal	Situación Optimista
<b>Celdas cambiantes:</b>		
Costo grano de cacao	92,99	90
% Inc. de sueldos	6,20%	4,00%
<b>Celdas de resultado:</b>		
VAN	\$ 66.097,62	\$ 97.843,36
TIR	17,52%	20,95%

Fuente: Supuestos, Flujo de caja.

Elaborado por: Diego Verdezoto

Esta situación es viable, siempre y cuando las condiciones tecnológicas en el campo mejoren, para que se produzca más y a menor precio, y si consideramos que el Ecuador está inmerso en un proceso de cambio hacia una nueva Matriz productiva, impulsado por el gobierno, podemos concluir que este escenario es muy posible en el futuro.

### Escenario pesimista

El escenario pesimista refleja prácticamente lo contrario del escenario optimista. Está previsto que el incremento previsto del 6,2% en el salario de los trabajadores, se incremente al 8% como respuesta a la política social que viene implementando el gobierno, de la misma manera, se estima que los costos de la materia prima se incrementen de 92,99 dólares por quintal a 96,00 dólares.

Luego de aplicar estas variaciones, se obtiene los siguientes resultados: una TIR del 14,11% y un Valor Actual Neto de \$ 34.891,59 dólares.

Tabla 40: Análisis de sensibilidad (Situación pesimista)

Resumen de escenario	Situación Normal	Situación Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>		
Costo grano de cacao	92,99	96
% Inc. de sueldos	6,20%	8,00%
<b>Celdas de resultado:</b>		
VAN	\$ 66.097,62	\$ 34.891,59
TIR	17,52%	14,11%

Fuente: Supuestos, Flujo de caja.

Elaborado por: El autor

Este escenario nos permite concluir que aún en condiciones de mercado adversas el proyecto es viable, lo que se refleja en el TIR y el VAN que son aceptables para la ejecución del proyecto.

Escenario normal (actual)

Dentro de este escenario normal se ha trabajado todo el proyecto, es decir las variables de estudio se ubican en: el incremento salarial por año se estima en un 6,2%, y un costo de la materia prima de 92,99 dólares por quintal, lo que nos determina un VAN de 66.097,62 y una TIR de 17,52%.

Tabla 41. Análisis de sensibilidad (Situación actual)

Resumen de escenario	Situación Normal	Situación Pesimista	Situación Optimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
Costo grano de cacao	92,99	96	90
% Inc. de sueldos	6,20%	8,00%	4,00%
<b>Celdas de resultado:</b>			
VAN	\$ 66.097,62	\$ 34.891,59	\$ 97.843,36
TIR	17,52%	14,11%	20,95%

Fuente: Supuestos, Flujo de caja.

Elaborado por: Diego Verdezoto

Luego de aplicar el análisis de sensibilidad, con las dos variables cambiantes y que no dependen de nuestro control, se puede concluir que cualquier escenario es óptimo para nuestro Plan de exportación, ya que aún en el escenario pesimista, tenemos un VAN positivo y una TIR superior a los costos de oportunidad (10,24%). Por lo tanto se recomienda su ejecución.



## CONCLUSIONES

- Se comprobó que es favorable realizar el plan de exportación de licor de cacao debido a la gran demanda del producto en el exterior, en este caso en el mercado Holandés.
- En el estudio de mercado se demostró que el plan de exportación tiene una gran acogida en el mercado internacional. La empresa debe brindar el producto de buena calidad, ya que los futuros clientes necesitan adquirir productos que sea de beneficio para su salud.
- Se observa que los indicadores, en el caso del VAN que arroja el proyecto es \$66.097,62 positivo, lo que significa que nos va a generar buenos rubros económicos de ganancia para nuestra empresa, ayudando al mejoramiento de sus trabajadores y socios, encaminándose al progreso de la empresa y el país.
- Se comparó la TIR que es el 17,52%, con la TMAR 10,24%, donde pudimos observar que es superior la TIR, por lo tanto, el proyecto es viable financieramente, ya que generaría un alto grado de rentabilidad para el inversionista.
- Finalmente se concluye que el plan de exportación se recuperará en 4 años, 7 meses, 1 día por lo que otra vez más se demuestra que la inversión será recuperada dentro de la vida útil del presente plan, por lo tanto se considera a este indicador como un factor positivo para la ejecución del mismo.

## **RECOMENDACIONES**

- Ejecutar el plan de exportación ya que genera fuentes de trabajo y permite a los socios beneficiarse económicamente ampliando mercados en el exterior y así mejorando el desarrollo del país.
- Convertir a la empresa PROIFRUT S.A, en una entidad que genere confianza a sus consumidores tanto a nivel nacional como internacional, ya que existe una demanda insatisfecha dentro del mismo.
- Realizar constantes cursos de capacitación a los trabajadores los cuales ayudarán a elevar el nivel de conocimientos y por ende el producto a elaborarse será de calidad y realizado en el menor tiempo posible.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Chabert, J. (2001). *MANUAL DE COMERCIO EXTERIOR*. Barcelona.

Fonseca, C. G. (2004). *ELEMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR; Guía para estudiantes y profesionistas*. México.

*Gabriel Baca Urbina (2010) EVALUACION DE PROYECTOS*

## WEBGRAFIA

[www.oocities.org/infinmx/negint/GuiaPLANEX.doc](http://www.oocities.org/infinmx/negint/GuiaPLANEX.doc)

<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>

<http://definicion.de/acuerdo-comercial/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Aduana>

<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/alianzaestrategica.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Arancel>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Zona\\_de\\_libre\\_comercio](http://es.wikipedia.org/wiki/Zona_de_libre_comercio)

<http://www.economia48.com/spa/d/balanza-comercial/balanza-comercial.htm>

<http://definicion.de/banco-mundial/#ixzz2tEPNIPE1>

<http://imprasc.com/imprablogs/2013/04/que-es-calidad/>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_justo](http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_justo)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Embalaje>

<http://es.thefreedictionary.com/embarque>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Envase>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategia>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Exportaci%C3%B3n>

<http://portal.sat.gob.gt/sitio/index.php/aduanas/manifiesto-de-carga.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

[http://www.guiaderivera.com/aventura\\_natural/vitalidad/cacao.htm](http://www.guiaderivera.com/aventura_natural/vitalidad/cacao.htm)

[http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/04/PROECUADOR\\_IC\\_02-15.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/04/PROECUADOR_IC_02-15.pdf)