



**UNIVERSIDAD LAICA
“ELOY ALFARO” DE MANABI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN.

Previa a la obtención Del Título de
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES.

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACION DE CONSERVAS DE
PESCADO ENTERO DE CABALLA”SCOMBER JAPONICUS” EN ACEITE
VEGETAL AL MERCADO DE CALLAO-PERÚ”**

AUTOR:

LOPEZ RIVAS MILTON ENRIQUE

DIRIGIDO POR:

ING. RONALD LOPEZ

2018

MANTA- MANABI-ECUADOR

NOTA DEL PROYECTO DE GRADO

En la ciudad de Manta, en las instalaciones de la Facultad de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de la ULEAM, a los ___ días del mes de _____ del año _____, a las ___h___, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento de Grado, se presentó a defender su Proyecto de Grado: **“(PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACION DE CONSERVA DE PESCADO ENTERO DE CABALLA EN ACEITE VEGETAL AL MERCADO DE CALLAO-PERÚ.”** para obtener el título de Tercer Nivel de **INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** el estudiante **López Rivas Milton Enrique** con C.I. # **131559023-0**

Una vez examinado sobre el tema se hacen acreedores a las siguientes notas:

- Nota del Trabajo escrito de Proyecto de Grado: ___/10 (_____sobre diez)
- Nota de Defensa del Proyecto de Grado: ___/10 (_____sobre diez)
- Nota Final Promedio del Proyecto de Grado: ___/10 (_____sobre diez)

Para constancia de lo actuado firman:

PROFESOR MIEMBRO
TRIBUNAL 1

Eco. Fabián Sánchez Ramos
DECANO DE LA FACULTAD
PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADO

PROFESOR MIEMBRO
TRIBUNAL 2

Ing. Ronald López
DIRECTOR DEL PROYECTO DE GRADO

PROFESOR MIEMBRO
TRIBUNAL 3

SINDICO(SECRETARIA) DE LA
FACULTAD
SECRETARIO GENERAL DEL TRIBUNAL

ORDEN DE ENCUADERNADO

Una vez comprobado que se han realizado las correcciones, modificaciones y más sugerencias realizadas por los miembros del Tribunal Examinador para el proyecto escrito presentado por el señor: **López Rivas Milton Enrique**.

Se emite la presente orden de encuadernación con fecha:

Para constancia firman los Profesores miembros del Tribunal Examinador y el Director del proyecto de Grado:

| NOMBRE | FUNCION | FIRMA |
|-------------------|--------------------|--------------|
| Ing. Ronald López | Director | |
| | Profesor-Miembro 1 | |
| | Profesor-Miembro 2 | |
| | Profesor-Miembro 3 | |

Eco. Fabián Sánchez Ramos
DECANO DE LA FACULTAD

DECLARACIÓN

Yo, López Rivas Milton Enrique, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Egdo. Milton Enrique López Rivas.

CERTIFICACION

Certifico que el presente trabajo de grado intitulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE PESCADO ENTERO DE CABALLA EN ACEITE VEGETAL AL MERCADO DE CALLAO-PERÚ**”, ha sido desarrollado por el egresado, **Milton Enrique López Rivas**, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad mediante Oficio No. _____ del _____.

De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los profesores lectores del Proyecto de Grado, motivo por el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

Ing. Ronald López.
DIRECTOR DEL PROYECTO

PROFESOR
LECTOR 1

PROFESOR
LECTOR 2

PROFESOR
LECTOR 3

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación, a Dios que ha sido el factor fundamental para que yo pueda culminar esta nueva de mi vida profesional, a mis padres que fueron el ejemplo de amor y apoyo incondicional para poder culminar esta nueva etapa de mi vida, a mis hermanos, Luis y Lisseth López Rivas que con su ejemplo y hacen que me esfuerce cada día.

A mis abuelos que con su Amor y carisma me da fuerza para prepararme, y a mi tía Magaly López que ha sido un don incondicional y participe de este logro. Y a mí tutor AL ing. Ronald López que con su dedicación y esfuerzo pude culminar este proyecto de tesis.

Milton López

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme estar aquí en este momento, a mi familia por darme el apoyo incondicional, a mis amigos de clases que no están en estos momentos, le agradezco por compartir momentos especiales dentro de las aulas, a los docentes por brindarnos sus enseñanzas, a mi tutor que con su guía y preparación pudimos culminar la tesis en un tiempo estipulado.

Milton López

INDICE

| | |
|--|----------|
| DEDICATORIA | i |
| AGRADECIMIENTO | ii |
| TABLA DE ILUSTRACIONES | vii |
| ÍNDICE DE TABLA | vii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | ix |
| RESUMEN EJECUTIVO | x |
| INTRODUCCION..... | 1 |
| CAPITULO I | 2 |
| GENERALIDADES | 2 |
| PLAN DE PROYECTO DE GRADO..... | 2 |
| 1.1. TEMA O TÍTULO DEL PROYECTO..... | 2 |
| 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.2.1. Formulación del problema de investigación..... | 2 |
| 1.2.2. Sistematización del problema..... | 2 |
| 1.2.3. Delimitación Del Problema | 3 |
| 1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 3 |
| 1.1.4 Justificación E Importancia..... | 3 |
| 1.4. DISEÑO METODOLÓGICO | 5 |
| CAPITULO II | 7 |
| Plan Estratégico | 7 |
| 2.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO..... | 7 |
| 2.2. Análisis Estratégicos | 7 |
| 2.2.1. Análisis del macro entorno (país – mercado)..... | 7 |
| 2.2.1.5. Factores políticos y legales..... | 12 |
| 2.2.1.6. Tecnología Imperante | 13 |
| 2.2.1.7. Microambiente Externo | 13 |
| 2.2.1.8. Relación Bilateral Ecuador-Perú | 14 |
| 2.2.1.9. Importaciones de Perú desde Ecuador..... | 15 |
| 2.2.1.10. Productos potenciales para el mercado de Perú..... | 15 |

| | | |
|-----------------------|--|-----------|
| 2.2.1. | Análisis de la industria | 16 |
| 2.2.1.1. | Antecedentes generales y evolución..... | 16 |
| 2.2.1.2. | Análisis estructural del sector industrial, 5 Fuerzas de Potter..... | 16 |
| 2.3. | Plan Estratégicos..... | 18 |
| 2.3.1. | Visión Y Misión..... | 18 |
| 2.3.2. | Visión..... | 18 |
| 2.3.3. | Misión..... | 18 |
| 2.3.4. | Estrategias | 19 |
| 2.4. | Sistema De Valores..... | 22 |
| 2.4.1. | Valores finales..... | 22 |
| 2.4.2. | Valores operacionales | 22 |
| CAPITULO III | | 23 |
| PLAN COMERCIAL | | 23 |
| 3.1. | OBJETIVOS DEL CAPÍTULO..... | 23 |
| 3.2. | Análisis del mercado referencial..... | 23 |
| 3.2.1. | Identificación y análisis de la oferta actual y futura..... | 24 |
| 3.2.2. | Identificación y características de la demanda..... | 26 |
| 3.2.3. | Demanda actual y futura | 26 |
| 3.2.4. | Demanda insatisfecha en el mercado de referencia | 27 |
| 3.2.5. | Demanda que atenderá el proyecto | 27 |
| 3.2.6. | Análisis de la competencia directa..... | 28 |
| 3.2.7. | Factores critico de éxito y ventaja competitiva a desarrollar..... | 28 |
| 3.3. | Plan Comercial..... | 29 |
| 3.3.1. | Objetivos Del Plan Comercial | 29 |
| 3.3.2. | Mix de marketing | 29 |
| 3.3.2.1. | Estrategia de producto | 29 |
| 3.3.2.1.1. | Adaptación o modificación requerida | 29 |
| 3.3.2.1.2. | Atributos y beneficios del producto | 29 |
| 3.3.2.1.3. | Componentes centrales del producto..... | 30 |
| 3.3.2.1.4. | Componente del envase..... | 30 |
| 3.3.2.1.5. | Empaque primario | 30 |
| 3.3.2.1.6. | Empaque secundario | 31 |

| | | |
|---|--|----|
| 3.3.2.1.7. | Presentación del producto. | 31 |
| 3.3.2.1.8. | Estrategias de marca..... | 31 |
| 3.3.2.2. | Estrategias de precio..... | 31 |
| 3.3.2.2.1. | Términos de venta (incoterm) | 32 |
| 3.3.2.2.2. | Partida Arancelaria..... | 32 |
| 3.3.2.2.3. | Impacto del tipo de cambio en la fijación de precio | 33 |
| 3.3.2.2.4. | Fijación de precio de venta unitario (de exportación)..... | 33 |
| 3.3.2.2.5. | Costo total unitario..... | 33 |
| 3.3.2.2.6. | Costo logístico: de embarque naviero, de transporte interno, etc. | 34 |
| 3.3.2.2.7. | Método de cobro/Pago internacional..... | 34 |
| 3.3.2.3. | Estrategias de distribución..... | 35 |
| 3.3.2.3.1. | Modo de transporte..... | 35 |
| 3.3.2.3.2. | Puerto de origen y destino..... | 35 |
| 3.3.2.3.3. | Tipo de regulación de marcas y etiquetas origen/destino | 36 |
| 3.3.2.3.4. | Información del rotulado | 36 |
| 3.3.2.3.5. | Tipo de embalaje requerido..... | 37 |
| 3.3.2.3.6. | Tipo de contenedor o medio de transporte..... | 37 |
| 3.3.2.3.7. | Documentación Requerida | 37 |
| 3.3.2.3.8. | Exigencia de seguro | 39 |
| 3.3.2.3.9. | Tipo de Requisitos Sanitario y Fitosanitario..... | 39 |
| 3.3.2.4. | Estrategias de Promoción | 39 |
| 3.3.2.5. | Concepto de posicionamiento..... | 40 |
| 3.3.2.6. | Concepto de Eslogan | 40 |
| 3.3.2.7. | Estrategias del mix de publicidad..... | 40 |
| 3.3.2.8. | Medios Electrónicos | 40 |
| 3.3.2.9. | Estrategias de promoción de venta | 40 |
| 3.3.2.10. | Participación en ferias internacionales | 41 |
| CAPITULO IV..... | 42 | |
| PLAN TÉCNICO ORGANIZACIONAL..... | 42 | |
| 4.1. | OBJETIVOS DEL CAPÍTULO..... | 42 |
| 4.2. | Plan Técnico | 42 |
| 4.2.1. | Localización..... | 42 |

| | | |
|-------------------|---|-----------|
| 4.2.2. | Proceso Operacional | 43 |
| 4.2.3. | Distribución instalaciones (layout)..... | 43 |
| 4.2.4. | Plan de abastecimiento de producto | 43 |
| 4.2.5. | Plan de abastecimiento de insumos | 43 |
| 4.3. | Plan organizacional..... | 44 |
| 4.3.1. | Datos generales de la empresa..... | 44 |
| 4.3.2. | Proceso de toma de decisiones | 44 |
| 4.3.3. | Arquitectura organizacional: organigrama | 45 |
| 4.3.4. | Distribución de funciones y responsabilidades. | 46 |
| 4.3.5. | Requerimiento de activos fijos para áreas administrativas..... | 48 |
| 4.3.6. | Requerimiento de personal para áreas administrativas..... | 49 |
| 4.3.7. | Marco legal relacionado con la operación de la empresa..... | 50 |
| 4.3.8. | Plan de implementación..... | 52 |
| 4.3.9. | Plan de Salida | 53 |
| CAPITULO V | | 54 |
| 5.1. | OBJETIVO DEL CAPITULO..... | 54 |
| 5.2. | Horizonte de tiempo de plan financiero..... | 54 |
| 5.3. | Plan de inversión..... | 54 |
| 5.3.1. | Inversiones en activos fijos | 54 |
| 5.3.2. | Inversiones en activos diferidos e intangibles | 55 |
| 5.3.3. | Inversión en capital de operación. | 55 |
| 5.3.4. | Flujo de depreciación de activos fijos y activos diferido | 56 |
| 5.4. | Plan de financiamiento..... | 57 |
| 5.5. | Proyección de ingreso operacional | 59 |
| 5.5.1. | Proyecciones de la venta (unidades) | 59 |
| 5.5.2. | Proyección de los Precios..... | 60 |
| 5.5.3. | Proyección de ingreso (en dólares). | 60 |
| 5.6. | Proyecciones de costos y gastos operacionales. | 60 |
| 5.6.1. | Proyección de costos. | 60 |
| 5.6.2. | Proyección de costo..... | 60 |
| 5.6.3. | Proyección de gastos operacionales. | 61 |
| 5.6.4. | Gastos administrativos..... | 61 |

| | |
|---|----|
| 5.6.2.2. Gastos de marketing | 64 |
| 5.7. Estado de Resultado del proyecto..... | 64 |
| 5.8. Van (valor actual neto) | 65 |
| 5.9. TIR (Tasa Interna de Retorno)..... | 65 |
| 5.10. Pay Back..... | 66 |
| 5.11. Punto de equilibrio..... | 66 |
| 5.12. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera | 67 |
| CONCLUSIONES..... | 69 |
| RECOMENDACIONES..... | 70 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 72 |

TABLA DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Productos Potenciales para Perú..... | 15 |
| Ilustración 2 Presentación del Producto | 19 |
| Ilustración 3 Imagen del Producto..... | 19 |
| Ilustración 4 Ciclo De Vida De Un Producto..... | 21 |
| Ilustración 5 Cotización de Dólar a Sol Peruano..... | 33 |
| Ilustración 6 Contenedor de 20 pies..... | 37 |
| Ilustración 7 Visión del Terreno..... | 42 |
| Ilustración 8 Distribución de Instalaciones..... | 43 |
| Ilustración 9 Datos de la Empresa..... | 44 |
| Ilustración 10 Proceso de Toma De Decisiones..... | 45 |
| Ilustración 11 Organigrama dela empresa..... | 45 |
| Ilustración 12 Activos fijos..... | 48 |
| Ilustración 13 Plan de Implementación..... | 52 |
| Ilustración 14 Estrategias Genéticas De Desarrollo..... | 71 |

ÍNDICE DE TABLA

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Factores sociales y culturales | 8 |
| Tabla 2 Factores Demográficos..... | 9 |
| Tabla 3 Historia de población de peru2010-2017 | 10 |
| Tabla 4 Condiciones Económicas..... | 11 |

| | |
|--|----|
| Tabla 5 En Esta Tabla Analizaremos Las 5 Fuerzas De Potter. | 17 |
| Tabla 7 Matriz BCG De Caballa | 21 |
| Tabla 8 Información de Callao. | 23 |
| Tabla 9 Oferta actual y Futura, Consumo Nacional Aparente. | 24 |
| Tabla 10 Datos Para Obtener Consumo Nacional Aparente | 25 |
| Tabla 11 Proyecciones CNA Callao..... | 25 |
| Tabla 12 Demanda Actual Y Potencial | 26 |
| Tabla 13 Cuadro De Demanda Insatisfecha. | 27 |
| Tabla 14 Empresa Ecuatorianas y Extranjeras Que Exportan Conservas De Caballa a Callao..... | 28 |
| Tabla 15 Información Nutricional De La Caballa En Aceite Vegetal..... | 30 |
| Tabla 16 Precio De Referencia De Mercado..... | 31 |
| Tabla 17 Tabla De La Partida Arancelaria. | 32 |
| Tabla 18 Costos Logísticos. | 34 |
| Tabla 19 Remuneración de área administrativa mensual | 49 |
| Tabla 20 Inversión En Activos Fijos..... | 54 |
| Tabla 21 Activos diferidos | 55 |
| Tabla 22 Tabla en capital de operación..... | 55 |
| Tabla 23 Depreciación de activos fijos y activos diferido | 56 |
| Tabla 24 Estrategia de financiamiento | 57 |
| Tabla 25 Tabla de amortización. | 57 |
| Tabla 26 Tabla de amortización | 58 |
| Tabla 27 Tasa mínima de retorno | 58 |

| | |
|--|----|
| Tabla 28 Costo promedio ponderado de capital | 59 |
| Tabla 29 Proyección De Venta Por Contenedor..... | 59 |
| Tabla 30 Proyección de venta para los siguientes 5 años..... | 59 |
| Tabla 31 Ingreso anual. | 60 |
| Tabla 32 Proyección de costo anual. | 60 |
| Tabla 33 Remuneración del área administrativa. | 62 |
| Tabla 34 Gastos De Servicios Básicos. | 63 |
| Tabla 35 Gastos De Suministros De Oficina..... | 63 |
| Tabla 36 Gastos Varios De La Empresa..... | 63 |
| Tabla 37 Gastos De Marketing. | 64 |
| Tabla 38 Estado de resultado del proyecto..... | 64 |
| Tabla 39 valor del van | 65 |
| Tabla 40 Tasa Interna De Retorno (Tir). | 66 |
| Tabla 41 Pay Back..... | 66 |
| Tabla 42 Punto de equilibrio cantidades..... | 67 |
| Tabla 43 Punto de equilibrio v. monetario. | 67 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico N° 1: Tasa de crecimiento poblacional: 1.32% | 9 |
| Gráfico N° 2: Población de Perú | 10 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto, es la creación de una empresa que se dedique a la exportación de pescado entero de caballa en aceite vegetal con destino a Callao, Perú.

En el entorno que presenta el mercado se convierte importante para este tipo de producto, dado que a lo largo del proyecto se muestra el consumo de pescado, presentando una gran aceptación.

En el lapso del proyecto se plantearon algunos objetivos de acuerdo a las investigaciones que se iban desarrollando en el transcurso del proyecto.

En el plan técnico organizacional se detallaron los procesos que se tomarán en cuenta para el proceso de exportación del producto, el plan técnico, la localización de la empresa, el proceso operacional, en donde el personal acude a las instalaciones del proveedor para la ejecución del llenado de contenedores.

En los datos obtenidos en el último capítulo demostrarán que para la implementación de la empresa exportadora de Pescado entero de caballa, es necesario una inversión de \$199.868,67 donde el autor del proyecto aportará con un capital propio del 25% equivalente a \$49.967,17, y el restante para que la empresa comience el funcionamiento será financiado por un préstamo a una entidad bancaria, que es del 75% equivalente a \$149.901,50.

Obteniendo los indicadores de la evaluación financiera demuestra un VAN positivo de \$ 158.178,13 y con una tasa interna de retorno TIR de 28,41% mostrando que el proyecto es viable, donde la rentabilidad fue demostrada en los estados contables, dando una utilidad neta durante los 5 primeros años y un resultado del PAYBACK demostrando que la inversión es recuperable a partir del cuarto año.

INTRODUCCION

El desarrollo de esta investigación se plasmó en cinco capítulos, para un mejor manejo y desglose de la información con el cumplimiento de los objetivos propuestos. El primer capítulo muestra las generalidades del proyecto, su problemática, objetivos y justificación. El siguiente es el plan estratégico donde se realiza el estudio del perfil de Ecuador y Perú el mismo que contiene datos demográficos, culturales, económicos, sociales etc., incluyendo información sobre caballa *scomber japonicos*.

El tercer capítulo es la estructura del plan comercial, donde se recopila datos e información sobre las características de la oferta y demanda.

El plan técnico y organizacional presentando en el cuarto capítulo involucra en primera instancia un detalle de los diversos activos y recursos requeridos para la implementación de la empresa. Finalmente, en el quinto capítulo es donde se realiza el plan financiero que muestra la factibilidad económica del negocio, por medio de la presentación de estados financieros obtenidos a través de las proyecciones.

En el País, en los últimos años existe una tendencia a diversificar la matriz productiva, tal motivo exige la búsqueda no solo de nuevos mercados o profundizar los mercados ya existentes, sino también de productos que mantengan un valor agregado. La pesca siempre será una fuente de ingresos para la ciudad y el país, dada la ubicación geográfica en que se encuentra Manta frente a las costas del Océano Pacífico. En tal contexto, dar valor agregado a los productos pesqueros y buscar nuevos mercados para los mismos, permitirá coadyuvar al incremento de los ingresos para la ciudad y el país.

CAPITULO I
GENERALIDADES
PLAN DE PROYECTO DE GRADO

| | |
|---|-------------------------------------|
| PROPUESTO POR: López Rivas Milton Enrique | TUTOR: Ing. Ronald López. |
| AREA DEL TEMA: Negocios Internacionales (exportación) | FECHA: 1-07-2017 |

1.1.TEMA O TÍTULO DEL PROYECTO

“Plan de negocio para la exportación de conservas de pescado entero de caballa,”
Scomber Japonicus” en aceite vegetal al mercado de Callao-Perú”

1.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Formulación del problema de investigación

¿Habrá una demanda insatisfecha donde se podrá colocar el producto de exportación conserva de pescado entero de caballa en aceite vegetal al mercado de Callao-Perú?

1.2.2. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la situación del macro-entorno con respecto a oportunidades y amenazas?
- ¿Qué planteamiento estratégico es el idóneo para ingresar a competir en este tipo de mercado?
- ¿Cuáles son las características del mix del marketing que se debe considerar para la exportación de conserva de pescado entero de caballa en aceite vegetal al mercado de Callao-Perú?
- ¿Es Rentable el Plan de Negocio para la exportación de conserva de pescado entero de caballa en aceite vegetal al mercado de Callao-Perú?

1.2.3. Delimitación Del Problema

| | |
|------------------------|--|
| Tema | Plan de negocios para la exportación de conserva de pescado entero de caballa, "Scomber Japonicus" en aceite vegetal al mercado de Callao-Perú |
| Área de estudio | Negocios Internacionales (exportación) |
| Lugar | ORIGEN: Manta – Ecuador DESTINO: Callao-Perú |
| Sector | Industria Pesquero |
| Tiempo | 2017– 2021 |

1.3.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio para la exportación de conservas de Pescado entero de caballa en aceite vegetal.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Conocer los datos macros de Perú para poder implementar estrategias de marketing en el mercado.
- Conocer los objetivos del plan comercial, y el mix del marketing.
- Determinar la capacidad, y el proceso de producción de la empresa.
- Analizar la factibilidad del proceso a desarrollar.

1.1.4 Justificación E Importancia

Respeto al consumo de caballa en el mercado objetivo se podría hacer investigaciones previas para posesionar y dar a conocer bien el producto en Callao-Perú, haciendo ofertas del producto.

El plan de negocio a desarrollar presenta diferentes aspectos en cuanto al interés a quien lo está desarrollando, tomando un alto crecimiento al sector pesquero siendo estas las propiedades y beneficios del pescado en aceite.

Es necesario recalcar que, en la Provincia de Manabí, se cuenta con la materia prima durante casi todo el año, por lo que el producto se puede elaborar con facilidad en casi todos los meses del año, constituyéndose una producción sin interrupciones; la caballa “Scomber Japonicus” es algo novedoso de gran aceptación debido a su sabor y a la conservación de los nutrientes propios del pez, y en base al estilo de vida de los peruanos se considera ideal en la ingesta diaria de ellos.

El consumo de caballa, así como de otros pescados, es recomendable debido a que contribuyen a disminuir el riesgo de enfermedades del corazón y de los vasos sanguíneos. Además, la carne de la caballa supone una buena fuente de proteínas de alto valor biológico y contiene diferentes vitaminas y minerales. Entre las vitaminas se encuentran las del grupo B como la vitamina B1, B2, B3, B6 y B12. En general, el contenido de vitaminas del grupo B en este pescado es poco relevante si se compara con otros alimentos ricos en estos nutrientes, como los cereales integrales, las legumbres, la levadura de cerveza, el hígado y las carnes. Respecto a la vitamina B2, ésta es más abundante en los pescados azules que en los blancos. En la caballa, la vitamina B12 está presente en cantidades importantes y supera a la que contienen los huevos y gran parte de las carnes, alimentos de origen animal, fuente natural exclusiva de esta vitamina

a. Beneficios Potenciales

Con la elaboración del plan se espera beneficiar a algunos sectores. En este caso aumentaría las plazas de trabajo en la provincia de Manabí y también dinamizará la industria pesquera, dando una mayor apreciación en los productos nacionales, dando un valor agregado a la caballa.

El estudio a desarrollarse podrá satisfacer una demanda, que generalmente es bien consumido por los habitantes de callao.

1.4.DISEÑO METODOLÓGICO

a. Tipo de investigación

La investigación de este anteproyecto está enfocada en una investigación cualitativa dado así que se aplicaría en la recolección de datos bibliográfica de Callao, y la investigación cuantitativa es la obtención de los datos generados por la investigación antes mencionada.

b. Niveles de la investigación

El presente anteproyecto tomará los niveles descriptivos de la población en Callao y explicativos con datos geográficos del sector, tanto así que permitirá alcanzar nuestros objetivos.

c. Métodos de la investigación

Los métodos que se utilizarán en el anteproyecto son de conocimiento teórico de las personas encuestada obteniendo información correcta, y el conocimiento empírico se basa a la experiencia de las persona, aplicando un análisis en los diferentes procesos de la investigación, dando así un correcto desarrollo del plan de negocio, y el conocimiento bibliográficos, es la información que las personas obtienen mediante las información de la web.

d. Técnicas de la investigación

En las técnicas utilizaremos en recolección de datos bibliográfico para así poder recolectar información concreta para el plan de negocio.

1.5.MARCO TEÓRICO

El total de la producción mundial de la pesca de captura en 2014 fue una producción bastante benéfica para el país. Las tendencias de las capturas en aguas marinas y continentales se examinan por separado en diferentes secciones. Aún son varios los países que no presentan periódicamente a la FAO (organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura) sus estadísticas sobre las capturas anuales o cuyos datos no son del todo fiables. La pesca artesanal es un tipo de actividad pesquera que utiliza técnicas tradicionales con poco desarrollo tecnológico. La practican pequeños barcos en zonas

costeras a no más de 8 millas de distancia, dentro de lo que se llama mar territorial. “La pesca artesanal se caracteriza por su sostenibilidad ambiental y social

Cuando se establece que se inicia la veda de peces pelágicos pequeños para los meses de marzo y Septiembre. Durante esta temporada se prohíbe capturar, descargar y transportar especies como la sardina o pinchagua, macarela, chuhueco, hojita, jurel, caballa entre otras. La flota industrial con red de cerco de pelágicos pequeños debe permanecer en puerto

1.6. Características del sector

a. Variedades

Además de la caballa común o *Scomber scombrus* existen varias especies con una gran similitud como:

Estornino o *Scomber japonicus*. Su aspecto es muy parecido al de la caballa, pero unas manchas en la zona inferior lo identifican, aunque en algunos casos se comercializa como la primera. Su hábitat natural está en los Océanos Pacífico y Atlántico.

Caballa pintoja o *Scomber australasicus*. Pertenece también al género de los Escómbridos y su valor comercial es notablemente inferior a los dos anteriores.

Los hábitos alimenticios de la caballa son muy variados, incluyendo crustáceos, sardinas o arenques de tamaño reducido. Es un pescado abundante en el Atlántico desde las Islas Británicas hasta el Norte de África, además de Estados Unidos y Canadá. El Mar Mediterráneo es otro de los puntos donde podemos encontrarlo, así como el Mar Negro.

Durante el invierno permanece en aguas profundas, a unos 180 metros, pero con la llegada de las estaciones cálidas se agrupa en bancos excepcionalmente numerosos y suben a la superficie aproximándose a las costas.

CAPITULO II

Plan Estratégico

2.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

Conocer los Datos Macro de Perú para poder implementar estrategias de Marketing en el mercado.

2.2. Análisis Estratégicos

2.2.1. Análisis del macro entorno (país – mercado)

En este punto se presenta un estudio del país importador Perú, en donde se ha buscado aspectos más relevantes.

2.2.1.1. Microambiente del negocio

Oficialmente la República del Perú, es un país soberano del oeste de América del Sur. El océano Pacífico bordea su costa y limita con Ecuador y Colombia al norte, Brasil al este, y Bolivia y Chile al sureste. Su territorio se compone de diversos paisajes: los valles, las mesetas y las altas cumbres de los Andes se despliegan al oeste hacia la costa desértica y al este hacia la Amazonia. Es uno de los países con mayor diversidad biológica y mayores recursos minerales del mundo.

El país se encuentra en la zona intertropical de Sudamérica comprendida entre la Línea del Ecuador y el Trópico de Capricornio. Cubre un área de 1.285.215 km², lo que lo convierte en el vigésimo país más grande en tamaño de la Tierra y el tercero de América del Sur. Posee una enorme multiplicidad de paisajes debido a sus condiciones geográficas, lo que a su vez le da una gran diversidad de recursos naturales. La constitución expresa que el mar territorial se extiende hasta las 200 millas náuticas. (Wikipedia)

2.2.1.2. Factores sociales y culturales

La cultura Peruana es diversa como resultado del intenso mestizaje originado en la colonia. A ello se une la posterior influencia de migraciones decimonónicas procedentes de China, Japón y Europa. El idioma principal y más hablado es el español, aunque un número significativo de peruanos habla diversas lenguas nativas, siendo la más extendida

el quechua sureño. Políticamente, el país está organizado como una república presidencialista con un sistema multipartidista estructurado bajo los principios de separación de poderes y descentralización. Administrativamente, se divide en veinticuatro departamentos y la Provincia Constitucional del Callao. (Wikipedia)

Tabla 1 Factores sociales y culturales

| CARACTERISTICA | |
|--|--|
| Educación Sobre los alimentos | Los consumidores se han vuelto más exigentes a la hora de comer, pues no sólo buscan lo saludable, sino que el sabor sea igual de atractivo que una comida tradicional. |
| Comida Saludable | <p>Cuando se habla de despertar de conciencia, se refiere a que todas las personas han vivido de cerca enfermedades como diabetes o cáncer y se sabe lo difícil del proceso hacia la recuperación; la prevención y el cuidado de la salud es la mayor motivación de las comidas saludables.</p> <p>Los alimentos sanos para niños, las opciones reducidas en grasas y sal y las bebidas azucaradas son y serán las elegidas por este nuevo mercado que crece día a día¹</p> |

2.2.1.3. Factores demográficos

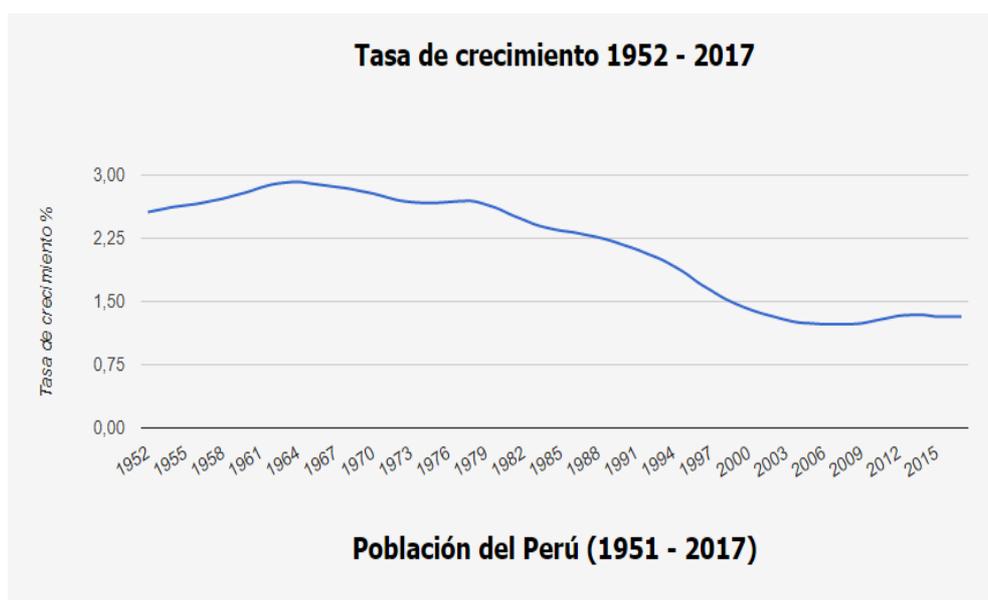
A continuación, se describen los aspectos más relevantes respecto a la demografía de Perú:

¹ (<http://larepublica.pe/marketing/860310-tendencias-del-mercado-de-lo-natural>)

Tabla 2 Factores Demográficos

| | |
|-----------------------|--|
| POBLACIÓN | 32.250.409 Población actual 2017 De los cuales el: 50,1% de la población es masculino. 49,9% de la población es femenina. |
| IDIOMA OFICIAL | ESPAÑOL |

Gráfico N° 1: Tasa de crecimiento poblacional: 1.32%



En la tasa de crecimiento poblacional de Perú hasta la actualidad hay un crecimiento del 1.32% anual, tanto así que la población actual es de 32.250.409 habitantes en el 2017.

Gráfico N° 2: Población de Perú

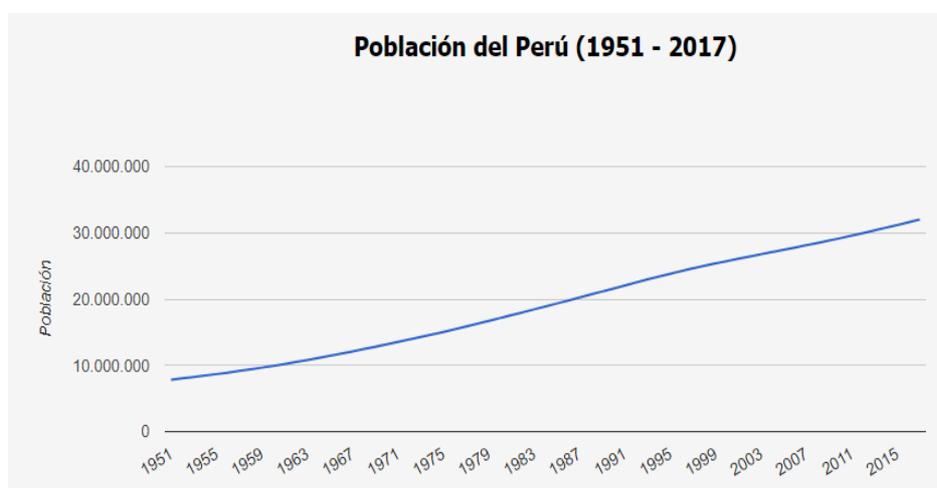


Tabla 3 Historia de población de peru2010-2017

| AÑO | POBLACIÓN | TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL |
|-------------|------------------|--|
| 2010 | 29.187.604 hab. | 1.27% |
| 2011 | 29.566.768 hab. | 1.30% |
| 2012 | 29.959.330 hab. | 1.33% |
| 2013 | 30.362.115 hab. | 1.34% |
| 2014 | 30.769.305 hab. | 1.34% |
| 2015 | 31.174.909 hab. | 1.32% |
| 2016 | 31.586.106 hab. | 1.32% |
| 2017 | 32.002.727 hab. | 1.32% |

Elaborado por: El autor

En la tabla de la población de Perú, la tasa de crecimiento poblacional va creciendo anualmente desde el 2010 la población era de 29.187.604 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional 1.27% ahora en el 2017 la población de Perú es de 32.002.727 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional de 1.32%.

2.2.1.4. Condiciones Económicas

Tabla 4 Condiciones Económicas.

| PRINCIPALES ASPECTOS DE LA ECONOMÍA DE PERÚ | |
|--|--|
| MONEDA OFICIAL : | Nuevo sol (PEN) |
| PIB: | US\$ 180.3 Mil Millones (2016 est) |
| PIB PER CÁPITA: | US\$ 6.045,65 USD 2016 |
| TASA DE CAMBIO: | 3.250 soles por 1 dólar |
| TASA DE INFLACIÓN: | 4.3% (2016 est) |
| POBLACION | 32.250.409 (2017) |
| LÍNEA DE LA POBREZA: | 3.8% (INEN) ² |
| PRINCIPALES PROVEEDORES | China, Estados Unidos, Brasil. |
| PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS | Gran exportador de metales como el Oro y el cobre. |
| PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS | Aceite, Diésel, teléfonos móviles, Vehículos ensamblados, Maíz duro amarillo, Gasolina. ³ |
| FACTOR ECONOMICO DEL PAIS | Minería |

Elaborado por: El autor

En la tabla antes mencionada se habla de las condiciones económicas de Perú, dando así la tasa de inflación del país es del 4.3% datos del 2016, siendo EEUU, China, y Brasil los principales proveedores, es un gran exportador de metales como el oro y el cobre, siendo la minera unos de los factores que mueve la economía.

² (<http://peru21.pe/economia/pobreza-extrema-peru-cayo-03-2016-segun-inei-2281148>)

³ (<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-peru/>)

2.2.1.5. Factores políticos y legales

La Constitución Política del Perú de 1993 es la norma fundamental de la República del Perú. Antecedida por otros 11 textos constitucionales, fue redactada a inicios del gobierno de Alberto Fujimori por el Congreso Constituyente Democrático convocado por el mismo tras la disolución del Congreso en el autogolpe de 1992, consecuentemente fue aprobada mediante el referéndum de 1993, aunque los resultados han sido discutidos por algunos sectores (LEY DE REFORMA CONSTITUCION QUE MODIFICA LOS CAPITULOS I II Y III DEL TITULO IV DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO).

Esta ley fundamental es la base del ordenamiento jurídico nacional: de sus principios jurídicos, políticos, sociales, filosóficos y económicos se desprenden todas las leyes de la República. La Constitución organiza los poderes e instituciones políticas, además de establecer y normar los derechos y libertades de los ciudadanos peruanos. Prima sobre toda ley y sus normas son inviolables y de cumplimiento obligatorio.

Perú al igual que los otros países mantiene acuerdos comerciales, entre los acuerdos multilaterales es miembro de la OMC desde el 1 de enero del 1995 (y parte contratante de GATT 1947 desde 07 octubre 1951)

Con respecto a los acuerdos de libre comercio, tiene vigencia:

Honduras, (2017), Alianza del Pacífico (2016), Unión Europea (2012), Japón (2012), Costa Rica (2013), Panamá (2012), México (ACE 67) (2012), Corea del Sur (2011), China (2010), AELC (Asociación Europea de libre Comercio) (2010), Singapur (2009), Canadá (2009), Chile (2009), Estados Unidos (2009), MERCOSUR (ACE 58), Tailandia (2011). (Organización de Estados Americanos)

Finalmente, en relación con los tratados bilaterales de inversión, Perú mantiene un acuerdo con 29 países, de los cuales se encuentra Ecuador. Ecuador firmó el 07 de abril de 1999 entre el Gobierno de la república de Ecuador y el Gobierno de la República de Perú para la protección de las inversiones.

2.2.1.6. Tecnología Imperante

El desarrollo de la ciencia y la tecnología en el Perú, pese a las dificultades derivadas de la escasez de recursos y la falta de apoyo de los gobiernos, ha tenido logros específicos. A lo largo de la historia, han destacado muchos científicos en el Perú, en diversas ramas de la ciencia, las más de veces relacionadas con las peculiaridades del país.

Existe el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) como organismo encargado de desenvolver el conjunto de políticas, planes y programas para la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en el Perú. (Organización de Estados Americanos)

En los últimos dos años la penetración de Internet en la telefonía móvil del Perú se incrementó de 35 a 51 por ciento, al pasar de 10,2 millones de líneas hasta 15,4 millones, según datos del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel) publicados esta semana. La medición contempla las líneas correspondientes a los operadores móviles Movistar (Telefónica), Claro (América Móvil), Entel y Bitel (Viettel).

Osiptel afirmó que cerca de ocho millones de teléfonos prepago navegan a Internet, mientras que 3,9 millones y 3,5 millones lo hacen en la modalidad control y postpago, respectivamente.

2.2.1.7. Microambiente Externo

Ecuador, oficialmente denominado República del Ecuador, es un país americano ubicado en América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, el cual lo separa de las Islas Galápagos, ubicadas a más de mil kilómetros de la costa. Una sección volcánica de la cordillera de los Andes divide el territorio de norte a sur, dejando a su flanco occidental el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa, y al oriente, la Amazonía. Ecuador ocupa un área de 283 561 km², por lo que se trata del cuarto país más pequeño del subcontinente. Es el décimo país más poblado de América, con algo más de 16 millones de habitantes, y el más densamente poblado de América del Sur y el quinto en el continente.

La capital del país es Quito y su ciudad más poblada es Guayaquil. La lengua oficial es el español, hablado por un 99% de la población, junto a otras trece lenguas indígenas reconocidas, incluyendo quichua y shuar. Para 2016, el Índice de Desarrollo Humano de Ecuador es catalogado como "alto", ubicándose en el puesto 88 a nivel mundial y 10 a nivel de América Latina, tras Perú y delante de Colombia.

Según el INEC la población estimada de Ecuador es de 16.221.610 millones de habitantes. Del total de habitantes el 50.4% son mujeres y el 46.6% son hombres.

Del total de habitantes ecuatorianos, según la edad, el 34.9% corresponde a la población entre 0-14 años, el 60.6% corresponde a la población entre 15-64 años, y el 4.5% corresponde a la población entre 65 y más años. (SinMiedosEC, 2017)

2.2.1.8. Relación Bilateral Ecuador-Perú

Las relaciones bilaterales entre el Ecuador y el Perú se han desarrollado a lo largo de toda su historia en un contexto signado por la existencia de un grave problema territorial.

2.2.1.9. Importaciones de Perú desde Ecuador

Ilustración 1 Productos Potenciales para Perú.

TABLA 3: PRINCIPALES PRODUCTOS ECUATORIANOS HACIA PERÚ

| PRINCIPALES PRODUCTOS NO PETROLEROS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA PERÚ | | | | | | | | |
|---|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|---------------------|-------------------|
| MILES USD FOB | | | | | | | | |
| SUBPARTIDA | DESCRIPCION | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 ENE-MAR | TCPA (2013-2016) | % PARTIC. 2016 |
| 4410.19.00.00 | LOS DEMÁS TABLEROS DE PARTÍCULAS DE MADERA | 31,195 | 35,616 | 33,075 | 32,571 | 6,660 | 1.45% | 12.34% |
| 2309.90.90.12 | ALIMENTOS PARA USO ACUICOLA | 7,885 | 10,528 | 19,672 | 21,792 | 7,710 | 40.34% | 8.26% |
| 7321.11.19.00 | LAS DEMÁS COCINAS DE COMBUSTIBLES GASEOSOS | 26,620 | 17,270 | 14,320 | 15,160 | 2,744 | -17.11% | 5.75% |
| 3826.00.00.00 | BIODIÉSEL Y SUS MEZCLAS, SIN ACEITES DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO O CON UN CONTENIDO INFERIOR AL 70% EN PESO | 54,379 | - | - | 14,058 | - | -36.30% | 5.33% |
| 1604.14.10.00 | ATUNES EN CONSERVA | 39,742 | 15,861 | 15,758 | 10,090 | 234 | -36.68% | 3.82% |
| 1804.00.12.00 | MANTECA DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO ENTRE 1% Y 1.65% | 3,327 | 7,861 | 6,046 | 6,883 | 1,117 | 27.42% | 2.61% |
| 1803.10.00.00 | PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR | 4,704 | 5,005 | 4,388 | 5,755 | 1,441 | 6.95% | 2.18% |
| 4819.10.00.00 | CAJAS DE PAPEL O CARTÓN CORRUGADO | 4,152 | 6,492 | 5,825 | 5,453 | 1,382 | 9.52% | 2.07% |
| 0306.27.11.00 | LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) PARA REPRODUCCIÓN O CRÍA | 2,232 | 4,663 | 5,780 | 5,356 | 1,427 | 33.87% | 2.03% |
| 9619.00.90.10 | LAS DEMÁS COMPRESAS Y TAMPONES DE PASTA DE PAPEL, GUATA DE CELULOSA | 3,314 | 2,464 | 4,139 | 4,672 | 840 | 12.13% | 1.77% |
| 3402.20.00.00 | PREPARACIONES ACONDICIONADAS PARA LA VENTA AL POR MENOR DE AGENTES DE SUPERFICIE ORGÁNICOS | 3,344 | 3,294 | 3,781 | 4,405 | 251 | 9.62% | 1.67% |
| 2101.11.00.00 | EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ | 3,474 | 2,931 | 3,444 | 4,385 | 756 | 8.07% | 1.66% |
| 1801.00.19.00 | CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA | 834 | - | 201 | 3,876 | - | 66.92% | 1.47% |
| | DEMÁS PRODUCTOS | 212,088 | 182,820 | 138,610 | 129,407 | 38,097 | -15.18% | 49.04% |
| | TOTAL | 397,289 | 294,805 | 255,041 | 263,864 | 62,659 | -12.75% | 100.00% |

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PRO ECUADOR

En cuanto a la importancia que tiene las importaciones de Perú desde Ecuador tiene un grado de participación de 3,83%, el panorama de la estadística va cambiando. Así, en el caso los tableros de madera, Ecuador abasteció con un 12,34% (ver Ilustración 2) “demás cocinas de combustibles gaseosos” con el 6.0%; “atunes en conserva” con el 5.5%; de las totales importaciones por Perú. El principal proveedor de Perú es Estados Unidos con un 16.62%

2.2.1.10. Productos potenciales para el mercado de Perú.

La tabla que se presenta a continuación tiene relación con los productos catalogados como potenciales y que para su efecto representan una importante oportunidad de negocio en Perú.

2.2.1. Análisis de la industria

2.2.1.1. Antecedentes generales y evolución

El país como el segundo mayor exportador mundial de atún en conserva. Un cuarto sitio es para el camarón congelado; así como el quinto mayor exportador de sardinas y sexto de harina de pescado. La inversión privada en el sector ha permitido este desarrollo. En tres ciudades de Manabí hay una capacidad instalada para almacenar 80 000 toneladas de pescado.

El récord de exportación se ha logrado paulatinamente, a través de impulsos para incursionar en países que antes no demandaban el producto nacional.

En cinco años, los nuevos mercados que dieron apertura son Vietnam, Marruecos, Sudáfrica, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Rumanía, Túnez, Singapur, Bulgaria, China, entre otras regiones.

Según (PROECUADOR) a escala mundial el Ecuador está bien situado como país productor y exportador, y para apoyo de esa gestión, la Subsecretaría de Recursos Pesqueros cumple un rol importante, ya que es el ente de control de la pesca ilegal y del cumplimiento de las vedas, según estadísticas del Banco Central. Además del pescado, están incluidas otras especies de peces como los listados, caballas y bonitos en aceite, agua o en salsa de tomate. Con dichos ingresos, esta subpartida arancelaria casi alcanzó a lo generado por el camarón, segundo mayor rubro de exportación no petrolera del Ecuador, algo que no sucede desde el 2009, cuando las exportaciones acuícolas empezaron a superar a la de enlatados.

2.2.1.2. Análisis estructural del sector industrial, 5 Fuerzas de Potter.

- 1. PROVEEDOR:** Al analizar las fuerzas en conjunto se destaca que el poderlo tiene la empresa al existir la diversiva del producto. La caballa "scomber Japonicus" se obtiene directamente de los pescadores artesanales o intermediarios lo mismo que lo trasladan a la empresa proveedora del producto. Esta situación, sumada a la

abundancia del recurso, permite que no existan problemas de abastecimiento de materia prima. Existen varias empresas que pueden proveer la caballa.

2. CLIENTES: Las empresas ecuatorianas que exportan sus productos por lo general no venden al consumidor final sino a los importadores mayoristas. El poder de negociación de los clientes es alto porque son ellos quienes determinan las especificaciones técnicas y de calidad del producto. Los mayoristas importadores de caballa entero "scomber Japonicus", son:

- MEMO IQUIQUE LTDA
- PLAZA VERA-PERÚ

3. PRODUCTO SUSTITUTO: Dentro del mercado de Callao-Perú , existen diversidad de productos que podrían reemplazar el consumo del pescado entero de caballa "scomber Japonicus"; entre ellos se destaca:

- Los demás productos del mar, Mariscos, camarones.
- Las demás carnes de otro tipo de animal, como pollo, res, etc.
- Papas, cuy.

4. COMPETENCIA FUTURA: Las empresas que se menciona a continuación presenta como principal barrera de entrada a Callao, con diferenciación en el producto, pescado congelado y derivados, estas empresas serían las posibles competencias:

- Ocean Fish S.A. (Ecuador)
- Sardipac S.A (Ecuador)
- Tecopesca S.A (Ecuador)

- Frozen Products Corporation (Lima)
- Pycmar, S.A De C.V(México)

RIVALIDAD ACTUAL: La competencia está conformada por las empresas ecuatorianas que exportan Caballa en aceite a Perú, lo cual con empresa extranjera formarán la Rivalidad actual.

- Sardipac s.a (Ecuador)
- Puerto Mar s.a (Ecuador)
- Mareroce Export Impor Cía. Ltda.(Ecuador)
- Zhoushan Top Food Co., Ltd. (*Chile*)
- La tarifeña, S.L(España)

2.3. Plan Estratégicos

2.3.1. Visión Y Misión

2.3.2. Visión

Para el 2020, ser una de las principales empresas líderes del Ecuador en la exportación de pescado entero de caballa en aceite, basados en los principios y normas de responsabilidad social y dando una protección al medio ambiente para el buen vivir de nuestros trabajadores.

2.3.3. Misión

Ser una empresa exportadora a nivel mundial de pescado entero de caballa en aceite, cumpliendo con los estándares de calidad, para satisfacer a nuestros clientes. (Ver anexo)

Ilustración 2 Presentación del Producto



2.3.4. Estrategias

2.3.4.1. Cartera Del Producto

Se ofrece conserva de pescado entero de caballa en aceite vegetal en una presentación ovalada de 425 gramos

Ilustración 3 Imagen del Producto.



Elaborado por: El autor.

2.3.4.2. Estrategias genéticas de desarrollo

En esta estrategia nos concentraremos en un grupo determinado de competidores a través de la estrategia enfocada a un segmento, aplicando esta estrategia la empresa podría potenciarse en el mercado objetivo, también podemos analizar detalladamente a la competencia para poder ir ganando espacio en el mercado, buscando cuales serían las técnicas que deberíamos aplicar en el desarrollo de las estrategias

2.3.4.3. CRECIMIENTO INTENSIVO EN EL MERCADO DE REFERENCIAS

Se utilizará la estrategia basada en la penetración de mercado, porque la empresa se encuentra en condiciones nueva y al ser la primera experiencia, no podríamos realizar un estudio, de un desarrollo del producto y menos promocionar e implementar nuevos productos.

Al haber escogido esta estrategia fortalece la atención del pescado caballa en aceite para con esto obtener un crecimiento intensivo dentro del mercado.

2.3.4.4. Estrategias Competitivas

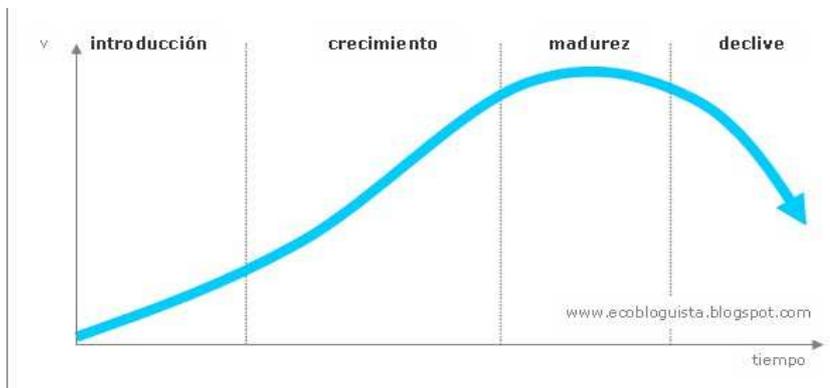
Con la estrategia competitiva a seguir sería de seguidor, ya que debemos de diferenciarnos con el resto de las empresas que ya están posesionada, haciendo una estrategia de marketing, para plantear el precio y el producto a distribuir.

La mejor opción para diferenciarse, es especializarse en un nicho de mercado con la posibilidad que la empresa pueda desarrollarse hasta llegar incluso a convertirse en líder.

2.3.4.5. Estrategias de desarrollo internacional.

La estrategia a coger después de un análisis de cada una de ellas, es ampliar la demanda potencial, ya al ser un producto en crecimiento podemos buscar una invertir en el mercado meta, con los objetivos estratégicos planteados podemos hacer un incremento paulatino de las ventas.

Ilustración 4 Ciclo De Vida De Un Producto.



Elaborado por: El autor

2.3.4.6. Matriz BCG

En la matriz BCG podemos analizar que el producto la caballa en callao-Perú se encuentra en el cuadrante de estrella, analizando la exportación nos podemos encontrar en el cuadrante de la vaca, generando fondos y utilidades para la empresa.

Tabla 5 Matriz BCG De Caballa



Elaborado por: El autor

2.4. Sistema De Valores

2.4.1. Valores finales

Los valores finales son esenciales para dar sentido y cohesionar el esfuerzo hacia dónde va la organización a largo plazo, y hacen referencia al tipo de empresa que se quiere llegar a ser, la dimensión a alcanzar, la diferenciación que se pretende conseguir.

Por tanto, la empresa presenta los siguientes valores finales:

- **Liderazgo**

Ser personas comprometidas en dar ejemplo, influyendo positivamente en el trabajo de los demás, generando un trabajo de equipo que produzca resultados exitosos.

- **Toma de Decisión**

Ante los eventos empresariales, tener la capacidad de dar soluciones y actuar frente a situaciones diversas, soportado en información, en un tiempo aceptable.

- **Honestidad**

Guiarse por la sinceridad y la coherencia en las acciones dentro de un marco de franqueza y transparencia.

2.4.2. Valores operacionales

Los valores operacionales corresponden al conjunto de actividades o procedimientos que se desarrollan para atribuir un valor determinado a los servicios brindados.

La empresa., aplicara los siguientes valores operacionales:

- Compromiso de servicio.
- Innovación.
- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Calidad.

CAPITULO III

PLAN COMERCIAL

3.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

Conocer los objetivos del plan comercial, y el mix del marketing.

3.2. Análisis del mercado referencial

El mercado escogido para la comercialización de conservas de pescado entero de caballa en aceite vegetal, es la ciudad de Callao, la cual está localizada en la República de Perú, siendo este un mercado altamente competitivo, donde sus habitantes degustan productos que logren aspectos positivos para su diario vivir.

A continuación, se presenta aspectos importantes del mercado de Callao-Perú.

Tabla 6 Información de Callao.

| FACTOR | DETALLE |
|------------------|---|
| Nombre Oficial | Provincia Constitucional de Callao |
| Población | 1010315 hab.4 |
| Densidad | 65939 hab/km ² |
| Superficie | 146.98 km ² |
| Datos de interés | Callao es una provincia peruana situada en la costa central del país, que posee rango de circunscripción regional por mandato constitucional. Limita únicamente con la provincia de Lima por el norte, este y sureste, y colinda por el oeste y el suroeste con el Océano Pacífico. |

Elaborado por: El autor

4 (https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_Constitucional_del_Callao)

3.2.1. Identificación y análisis de la oferta actual y futura

La presentación del pescado entero de caballa va con un valor agregado, fácil de consumirlo en diferentes platos, dado el tamaño y la diversidad del mercado peruano, es prácticamente posible definir el perfil único del consumidor del producto.

Para calcular la oferta actual del pescado en Perú, se presenta la siguiente información:

Tabla 7 Oferta actual y Futura, Consumo Nacional Aparente.

| AÑO | PRODUCCION NACIONAL (+) TONELADAS | IMPORTACION (+) TONELADAS | EXPORTACION (-) TONELADAS | CONSUMO NACIONAL APARENTE TONELADAS | % PARTIC. DE CALLAO | CNA CALLAO |
|------|--------------------------------------|------------------------------|------------------------------|--|------------------------|---------------|
| 2010 | 5666 | 16,68 | 1,45 | 5.681,23 | 0,03 | 177,98 |
| 2011 | 9624 | 8,51 | 1,37 | 9.631,14 | 0,03 | 301,72 |
| 2012 | 3523 | 19,14 | 2,81 | 3.539,33 | 0,03 | 110,88 |
| 2013 | 10667 | 67,83 | 3,9 | 10.730,94 | 0,03 | 336,17 |
| 2014 | 18058 | 47,18 | 2,48 | 18.102,70 | 0,03 | 567,11 |
| 2015 | 37917,3 | 77,58 | 0,81 | 37.994,07 | 0,03 | 1.190,25 |
| 2016 | 40500 | 193,65 | 0,61 | 38.434,00 | 0,03 | 1.204,06 |

Elaborado por: El autor
Fuente: www.trademap.com

En la tabla 9 detallamos la producción nacional de caballa en Perú desde el año 2010 hasta 2016, luego obtuvimos la producción nacional por toneladas siendo la capacidad de 40500,00t para el año 2016, para obtener el consumo nacional aparenta es la suma de (Producción nacional + Importaciones – Exportaciones).

Población de Perú: 32.250.409,00

Población de Callao: 1.010.315,00

$$Y = a + bX$$

Dónde: a=promedio del CNA; b=variación anual.

La forma de obtener a: es la sumatoria de Y/n datos; la forma de obtener b: es la sumatoria de X.Y/sumatoria de x²

Tabla 8 Datos Para Obtener Consumo Nacional Aparente

| AÑO | X | CNA (Y) | X.Y | X ² |
|-------|----|----------|---------|----------------|
| 2012 | -2 | 110,88 | -221,75 | 4 |
| 2013 | -1 | 336,17 | -336,17 | 1 |
| 2014 | 0 | 567,11 | 0 | 0 |
| 2015 | 1 | 1.190,25 | 1190,25 | 1 |
| 2016 | 2 | 1.204,06 | 2408,12 | 4 |
| TOTAL | | 3.408,46 | 3040,44 | 10 |

Elaborado por: El autor

Con los datos obtenidos, realizaremos una proyección por medio de un método de regresión lineal para obtener el consumo nacional aparente futuro,

Tabla 9 Proyecciones CNA Callao.

| AÑO | X | CNA CALLAO |
|------|---|------------|
| 2017 | 3 | 1.593,83 |
| 2018 | 4 | 1.897,87 |
| 2019 | 5 | 2.201,91 |
| 2020 | 6 | 2.505,96 |
| 2021 | 7 | 2.810,00 |

Elaborado por: El autor

Fuente: www.trademap.com

Mediante la obtención de los datos relevantes de la PN+M-E obtuvimos el CNA PERÚ proyectándolo hasta el 2021, y el consumo nacional aparente de callao para los siguientes años se hizo una proyección multiplicando el CNA PERU * % de participación de Callao, dándonos un resultado para el consumo por toneladas para los siguientes años.

3.2.2. Identificación y características de la demanda

Las personas que consumen conserva de caballa, es generalmente las personas de un rango de edades de 18-40 años siendo así un buen producto beneficioso para la salud, conteniendo proteínas y vitaminas, tanto así el producto tiene un consumo per cápita por toneladas de 0,0162.

3.2.3. Demanda actual y futura

Daremos a conocer la demanda actual y futura del proyecto, en este caso calculamos la población del 2016, (la población del 2015* el crecimiento demográfico 1,30% + la población 2015).

Tabla 10 Demanda Actual Y Potencial

| AÑO | POBLACION | CONSUMO PERCAPITA T | DEMANDA T |
|------|--------------|---------------------|-----------|
| 2016 | 1.023.449,10 | 0,0162 | 16.579,88 |
| 2017 | 1.036.753,93 | 0,0162 | 16.795,41 |
| 2018 | 1.050.231,73 | 0,0162 | 17.013,75 |
| 2019 | 1.063.884,75 | 0,0162 | 17.234,93 |
| 2020 | 1.077.715,25 | 0,0162 | 17.458,99 |
| 2021 | 1.091.725,55 | 0,0162 | 17.685,95 |

Elaborado por: El autor

3.2.4. Demanda insatisfecha en el mercado de referencia

Para obtener la demanda insatisfecha se realiza una diferencia entre la demanda y la oferta futura ya obtenida expuesta en la tabla 11, obteniendo estos resultados analizaremos la demanda insatisfecha basadas en toneladas.

Tabla 11 Cuadro De Demanda Insatisfecha.

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
|------------|----------------|---------------|-----------------------------|
| 2018 | 17.013,75 | 1.897,87 | 15.115,88 |
| 2019 | 17.234,93 | 2.201,91 | 15.033,02 |
| 2020 | 17.458,99 | 2.505,96 | 14.953,03 |
| 2021 | 17.685,95 | 2.810,00 | 14.875,95 |

Elaborado por: El autor

3.2.5. Demanda que atenderá el proyecto

De la demanda insatisfecha en el mercado de Callao, la empresa prevé atender tal como se demuestra a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 12 Demanda que atenderá el proyecto.

| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA | % DEMANDA QUE ATENDERÁ | CAPACIDAD DE PLANTA (TONELADAS) |
|-------------|-----------------------------|-------------------------------|--|
| 2018 | 15.115,88 | 1,46% | 220,32 |

Elaborado por: El autor.

3.2.6. Análisis de la competencia directa

En cuanto a la competencia directa, se presenta en el siguiente cuadro, las empresas tanto nacionales como extranjeras que exportan conservas de caballa, detallando las cantidades exportadas en toneladas.

Tabla 13 Empresa Ecuatorianas y Extranjeras Que Exportan Conservas De Caballa a Callao.

| Empresas exportadoras de conservas de caballa a callao | Lugares donde venden el producto |
|--|--|
| Puertomar S.A (Ecuador) | Ubican el producto en supermercados |
| Sardipac S.A (Ecuador) | Ubican el producto en supermercados |
| Mareroce Export Impor Cia. Ltda.(Ecuador) | Son importadores y exportadores del producto |
| La Tarifeña, S.L(España) | Ubican los productos a supermercados |
| Zhoushan Top Food Co., Ltd. (Chile) | |

Elaborado por: El autor

3.2.7. Factores crítico de éxito y ventaja competitiva a desarrollar

El pescado entero de caballa presenta características que brindan beneficios al consumidor en Callao. Estos se resumen en la oferta de un producto de calidad, sabor y con alto valor nutricional. Se verifica cada uno de los procesos productivos que componen la cadena de valor. Por otra parte, el producto presenta una diferenciación en la calidad del mismo, pues la presentación del mismo será de 425 gramos enlatado, Al dejar el consumo de carne, sin embargo, tendría consecuencias tan profundas y variadas que pinta un

panorama beneficioso, por otra parte la ingesta de pescado desplazaría la ingesta de carnes, tanto así que si nos aportan unas grasas menos saludables entonces tendría un éxito al consumir conservas de pescado.

3.3. Plan Comercial

3.3.1. Objetivos Del Plan Comercial

Determinar por medio de los componentes del marketing mix, las diversas estrategias a utilizar para posicionar el pescado entero de caballa en aceite vegetal al mercado de Callao-Perú.

3.3.2. Mix de marketing

Se detallará los cuatros estrategias del componente marketing mix, detallando cada una de las estrategias a aplicar.

3.3.2.1. Estrategia de producto

El producto a comercializar hacia el mercado de Callao, es conservas de pescado entero de caballa en aceite vegetal con una presentación de oval 425 gramos y en cajas de 10,20kg que representa el peso de 24 unidades.

3.3.2.1.1. Adaptación o modificación requerida

De la amplia variedad de productos que existen en conservas se ha escogido la presentación de “conservas de pescado entero de caballa en aceite vegetal” como respuesta a la necesidad, cada vez mayor, del mercado de adquirir producto fácil para su preparación y principalmente porque las personas que trabajan fuera de casa lo adquieren con facilidad en supermercados y tiene una fácil preparación para su comida.

3.3.2.1.2. Atributos y beneficios del producto

- Los atributos y beneficios que tiene la caballa en aceite son:
- La caballa en aceite es un alimento rico en vitamina B12 ya que 100 g. de este alimento contienen 9,80 ug. De vitamina B12.

- Este alimento también tiene una alta cantidad de vitamina B3.
- La cantidad de vitamina B3 que tiene es de 17,10 mg por cada 100 g

Tabla 14 Información Nutricional De La Caballa En Aceite Vegetal.

| DETALLE | | VALORES | |
|---------------|----------|-------------|-----------|
| Calorías | | 217 kcal. | |
| Grasa | | 13,80 g. | |
| Colesterol | | 66,90 mg. | |
| Sodio | | 382 mg. | |
| Carbohidratos | | 0,60 g. | |
| Fibra | | 0 g. | |
| Azúcares | | 0,60 g. | |
| Proteínas | | 22,50 g. | |
| Vitamina A | 125 ug. | Vitamina C | 0,09 mg. |
| Vitamina B12 | 9,80 ug. | Calcio | 17,20 mg. |
| Hierro | 1,01 mg. | Vitamina B3 | 17,10 mg. |

Elaborado Por: El Autor

3.3.2.1.3. Componentes centrales del producto

El pescado entero de caballa en aceite tiene un alto contenido de vitamina B3, hace que sea un alimento beneficioso para el sistema circulatorio, siendo el componente central del producto el pescado “scomber japonicus” conocido como caballa, además siendo el segundo componente principal que es el aceite vegetal, Además de la vitamina B3 o niacina puede ayudar a reducir el colesterol.

El producto contará con una presentación de 425 gramos.

3.3.2.1.4. Componente del envase

3.3.2.1.5. Empaque primario

El empaque primario consiste en láminas de hojalata de 425gramos del producto y un peso incluido el empaque, Como el acero no absorbe el barniz, la lámina se seca en un horno a 200°C.

Los empaques de lata serán recubiertos y contarán con la marca de la empresa.

3.3.2.1.6. Empaque secundario

El empaque secundario está compuesto por cajas master con capacidad de 24 unidades de empaques, equivalentes a un peso de 10,20 KG, en el que constan con las siguientes medidas del cartón:

- Ancho: 32,5 cm
- Alto: 9,7cm
- Largo: 43,8 cm

3.3.2.1.7. Presentación del producto.

- Presentación: 425g.
- Peso neto: 0,43kg
- Peso bruto: 0,52kg

En un contenedor de 20" entran aproximadamente 1800 cajas, que equivale a 22.848 kgs.

3.3.2.1.8. Estrategias de marca

La marca se podría elegir en base a la ubicación de captura de la caballa y el producto que se va ofertar, a su vez representa el nombre de la compañía con la finalidad de dar a conocer en nuevos mercados, la misma que será la marca caballa del mar.

3.3.2.2. Estrategias de precio

En el estudio del precio hace relación a una investigación de mercado de los precios como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 15 Precio De Referencia De Mercado.

| ESTABLECIMIENTO | P.V.P 425 GRAMOS |
|-------------------------------|------------------|
| Supermercado de Callao | 12,25 PEN-\$3,79 |
| Tiendas minoristas | 13,50 PEN-\$4,18 |

| | |
|------------------------------|-------------------|
| Tiendas Mayoristas | 11,80 PEN-\$3,65 |
| Empresas Importadoras | 11,50 PEN- \$3,56 |

3.3.2.2.1. Términos de venta (incoterm)

Para la regulación del proceso de entrega y garantías del producto, en el presente proyecto se plantea la negociación a través de la normativa FOB (Free on Board).

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 internacional, 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.

3.3.2.2.2. Partida Arancelaria

La partida arancelaria del producto es 1604132000 corresponde a las preparaciones y conservas de pescado.

Tabla 16 Tabla De La Partida Arancelaria.

| |
|---|
| SECCION IV PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA: BEBIDAS,LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE;TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADSO |
| Capítulo 16 Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos |
| 16.04 Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado. |
| - Pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado: |
| 1604.13.20 .00 - - - En aceite |

3.3.2.2.3. Impacto del tipo de cambio en la fijación de precio

La moneda oficial de Perú es el Sol Peruano, que tiene un valor con fecha 5 de octubre del 2017 en relación al dólar estadounidense vigente en el territorio ecuatoriano (USD) de 1 USD= 3,25 Sol peruano⁵.

Ilustración 5 Cotización de Dólar a Sol Peruano.

| COTIZACIÓN USD/PEN | |
|--------------------|--------------------|
| FECHA | COTIZACIÓN |
| ene-17 | 3,27PEN /1,01 USD |
| abr-17 | 3,25 PEN /1,00 USD |
| jul-17 | 3,24 PEN /1,00 USD |

Elaborado por: El autor

El tipo de cambio cerró en S/3,278 por dólar en una jornada en la que la mayor parte de monedas de la región se devaluó frente a la divisa estadounidense.

3.3.2.2.4. Fijación de precio de venta unitario (de exportación)

La fijación de precios de venta unitaria se hará de acuerdo al término del incoterm utilizado (FOB), considerando los costos fijos y variables unitarios y el margen de utilidades para la empresa, así como los costos referenciales de las compañías dedicadas a esta actividad.

Por tal motivo el precio de venta por unidad que se establece para la lata de 425gramos es de USD 1,55. Que corresponde a una cotización aproximada de PEN 5,03.

3.3.2.2.5. Costo total unitario

Los costos unitarios se analizarán de acuerdo a los costos que están relacionados directamente con la adquisición del producto terminado, el mismo que será de \$1,05 precio que nos estima el proveedor.

⁵ (<https://es.finance.yahoo.com/divisas/conversor>)

Todos estos valores se identificarán en el Capítulo V del presente trabajo.

3.3.2.2.6. Costo logístico: de embarque naviero, de transporte interno, etc.

Tabla 17 Costos Logísticos.

| EMPRESA O TRÁMITE | DETALLE DEL SERVICIO | COSTO |
|---------------------------|--|-------------------|
| Transpoint | Transporte interno de la carga desde la ciudad de Manta, hasta el puerto de Guayaquil | \$450.00 |
| Contecon | Dentro del puerto de Guayaquil, esta empresa realiza la recepción del contenedor y lo ubica dentro del buque | \$90.00 |
| Recepción de contenedor | | \$38.17 |
| Manipuleo en terminal | | \$33.12 |
| Inspección | | \$104.23 |
| Certificado sanitario | | \$ 25,00 |
| Certificado fitosanitario | | \$ 20,00 |
| Certificado de origen | | \$ 10,00 |
| Porteo de contenedor | | \$45.15 |
| Custodia | | \$280.00 |
| TOTAL | | \$1.095.75 |

Fuente: Contecon
Elaborado: El autor

3.3.2.2.7. Método de cobro/Pago internacional

El tema de pagos se dará a conocer lo siguiente, mediante la forma de carta de crédito.

Carta de Crédito: La Carta de Crédito es un compromiso escrito asumido por un banco de efectuar el pago al vendedor a su solicitud y de acuerdo con las instrucciones del comprador hasta la suma de dinero indicada, dentro de determinado tiempo y contra entrega

de los documentos indicados, será usada al comienzo de la relación de negocios al ser el exportador e importador aún desconocido. Después del pago adelantado es la mejor garantía de pago.

3.3.2.3. Estrategias de distribución

3.3.2.3.1. Modo de transporte

El modo de transporte empleado será el marítimo siendo este medio para trasladar nuestra mercancía al puerto de destino. Es importante mencionar que el transporte interno será desde la fábrica hasta el puerto de embarque (Guayaquil) se realizaría por vía terrestre.

3.3.2.3.2. Puerto de origen y destino

La empresa estará ubicada en la ciudad de Manta, en el Km 4½ Vía Manta - Rocafuerte, y al contar la ciudad con un puerto dentro de esta urbe, pero debido a que no cuenta con los modos de exportación, se realizará la exportación por el puerto marítimo de Guayaquil que está localizado en la costa occidental de América del Sur, en un brazo de mar, el Estero Salado, a diez kilómetros al sur del centro comercial de la ciudad del mismo nombre.

El puerto de Guayaquil en el ranking de los 100 mejores puertos del mundo, la terminal portuaria de Guayaquil se ubicó en la posición 86 por el movimiento de contenedores, según la última edición de la revista inglesa Containerisation International. Posee una infraestructura adecuada para el desarrollo del comercio internacional, para lo cual cuenta con medios óptimos para la ejecución de las operaciones.

En cuanto al puerto de destino, el puerto del Callao, oficialmente el Terminal Portuario del Callao, es un puerto marítimo de la costa central del Perú, en el Pacífico sur-oriental, perteneciente además a la ciudad del Callao, en la Provincia Constitucional del Callao. Además es el puerto de factor de la ciudad de Lima.

Es el principal puerto del país en tráfico y capacidad de almacenaje. Asimismo, es uno de los más importantes de Latinoamérica ubicándose en el 7º lugar y 1º lugar en la región Pacífico Sur en el 2015.

3.3.2.3.3. Tipo de regulación de marcas y etiquetas origen/destino

Todos los alimentos empacados deben indicar la siguiente información en la etiqueta, la cual debe estar de manera visible en el conjunto del envase: nombre (descripción del producto); país de origen; pureza o descripción de las materias primas mezcladas en el producto; así como su peso neto de acuerdo a la Norma Técnica de Perú.

3.3.2.3.4. Información del rotulado

- a. El rotulado debe contener la siguiente información:
- b. Nombre o denominación del producto.
- c. País de fabricación.
- d. Si el producto es perecible:
- e. Fecha de vencimiento.
- f. c.2 Condiciones de conservación.
- g. c.3 Observaciones.
- h. Contenido neto del producto
- i. e) En caso de que el producto, contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.
- j. f) Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).

La información de los incisos c), literales c.2 y c.3, d), e), f), deberán estar obligatoriamente en castellano.⁶

⁶ (<https://gestion.pe/economia/que-incluir-etiquetado-productos-2178549>)

3.3.2.3.5. Tipo de embalaje requerido

El tipo de embalaje del producto será en cartón, conteniendo 24 unidades de caballa en aceite de 425 gramos, los mismos que estarán puestos sobre pallets dentro del contenedor.

El contenedor a utilizar es de 20 pies.

3.3.2.3.6. Tipo de contenedor o medio de transporte.

El contenedor de 20 pies estándar o *Dry Van* es uno de los contenedores más comúnmente utilizados para el envío de mercancías en el ámbito del transporte marítimo internacional. Unos contenedores de 20 pies vacío tienen peso de 2.300 kg y admite una carga de alrededor de 28 toneladas (28.000 kg), aunque dependerá en gran parte de las especificaciones/límites o restricciones de la compañía naviera, de la naturaleza de la carga y de los detalles específicos del envío.

Ilustración 6 Contenedor de 20 pies.



3.3.2.3.7. Documentación Requerida

Dentro de los documentos requeridos para realizar una exportación tenemos los siguientes datos.

Conocimiento de embarque: Se utiliza para el transporte marítimo y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo.

- Los datos que contiene son:

- Datos del exportador.
- Datos del consignatario.
- Datos del importador.
- Nombre del buque.
- Puerto de carga y de descarga.
- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.
- Sellos y números de los contenedores.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.
- Fecha de embarque.

LISTA DE EMPAQUE - PACKING LIST: Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a su embalaje; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de las cajas.
- Lugar y fecha de emisión.
- Cantidad de cajas y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Firma y sello del exportador

3.3.2.3.8. Exigencia de seguro

Por medio de esta exportación, la empresa no cubre la exigencia de seguro internacional, por medio a esta negociación utilizada con Incoterm FOB como los establece este Incoterm, será de responsabilidad del importador. Hay un seguro local que cubre desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.

3.3.2.3.9. Tipo de Requisitos Sanitario y Fitosanitario.

Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC) El Acuerdo reconoce el derecho de los Miembros de la OMC a aplicar medidas para alcanzar objetivos normativos legítimos, tales como la protección de la salud y la seguridad de las personas o la protección del medio ambiente.

La certificación es una actividad de la evaluación de la conformidad, mediante el cual un organismo de certificación da una garantía por escrito, de que un producto, un proceso o un servicio están conforme a los requisitos específicos.

La certificación es una ventaja comercial indiscutible, eleva el nivel de competencia empresarial, reforzando el mercado y el contacto con el cliente, apoyando el comercio exterior, garantizando productos y servicios además de contribuir a reforzar los vínculos entre clientes y proveedores.

3.3.2.4. Estrategias de Promoción

En la estrategia de promoción se utilizará el uso de la imagen del producto, que gracias a su calidad y sabor sea reconocido en Callao, en base a esto se pretende que las promociones estén de acuerdo al nivel de aceptación de la caballa en aceite, se utilizará una estrategia para optar clientes durante los primeros meses del año, utilizando promociones del producto de 2x1, o también colocar premios en la etiqueta del producto.

3.3.2.5. Concepto de posicionamiento

La empresa buscará posicionar la conserva de caballa en aceite al mercado de Callao, gracias al principal atributo del producto, que es su sabor, calidad y alto valor nutricional que tiene el producto, tanto así que se utilizará el posicionamiento en los supermercados de la ciudad de Callao.

3.3.2.6. Concepto de Eslogan

El uso del eslogan con fines publicitarios también corresponde a una guerra entre las empresas disputándose la preferencia del consumidor por sus productos o servicios, es el complemento de un producto para que pueda ser conocido en un lugar.

La empresa obtuvo como eslogan la siguiente frase:

“Frescura de la Caballa en aceite a la mesa”

3.3.2.7. Estrategias del mix de publicidad.

Los medios de publicidad que daremos a conocer nuestro producto son los más usados en la actualidad.

3.3.2.8. Medios Electrónicos

La creación de una página interactiva permitirá a los clientes conocer la empresa, sus productos con sus presentaciones, procesos de elaboración con alta calidad, artículos de interés sobre el beneficio del producto, además podrán contactarse con la empresa y enviar comentarios y sugerencias; ayudando de ésta manera a seguir brindando un producto de excelente calidad y un servicio personalizado a nuestros clientes.

3.3.2.9. Estrategias de promoción de venta

Para incrementar las ventas de la caballa en aceite se pondrá en práctica las siguientes estrategias.

- Degustaciones en ferias internacionales.

- Muestras del producto en la entrada de los supermercados para captar la atención del cliente en cuanto ingresa al lugar.

3.3.2.10. Participación en ferias internacionales

Dentro del territorio peruano se dan a conocer diferentes ferias internacionales lo cual se dará a conocer el producto de la caballa en aceite vegetal.

GASTROMAQ PERÚ 2017.2018, Feria de Proveedores para el sector gastronómico y hotelero.

En esta feria se dará a conocer importadores y exportadores de algunos países lo cual habrá exposición del sector de la alimentación y la gastronomía.

CAPITULO IV

PLAN TÉCNICO ORGANIZACIONAL

4.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

Elaborar un Plan Técnico Organizacional que permita determinar la capacidad, y el proceso de producción de la empresa.

4.2. Plan Técnico

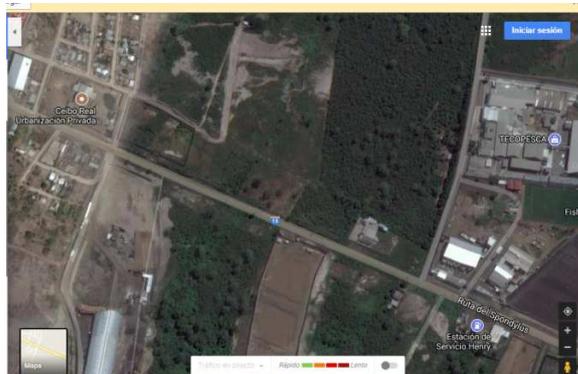
La empresa detallará a través del plan técnico, el proceso para la exportación del producto, Así mismo se debe tener en cuenta el espacio donde se implementará la empresa, también el proveedor que me proporcionará el producto terminado de la manera más óptica.

4.2.1. Localización

Para la localización de la empresa exportadora de conservas de caballa en aceite vegetal, se consideró que estará ubicada en la ciudad de Manta, puesto que es una ciudad que tiene un puerto marítimo muy importante en el País, además de ser una ciudad pesquera se ha convertido en una ciudad desarrollada.

La empresa tendrá la ubicación en el km 4½ Vía Manta-Rocafuerte, el motivo de la misma es por ser un sector muy adecuado y un poco alejado de la ciudad, cuyo terreno se detallará en el capítulo 5.

Ilustración 7 Visión del Terreno



Elaborado por: el autor

4.2.2. Proceso Operacional

Dentro del proceso operacional se da que la empresa envía al personal de exportación, comunicándole al transportista que trae el contenedor diciéndole el lugar en donde se va a llenar el mismo, llegado a la empresa proveedora el personal de la empresa debe estar presente para indicar cuál sería el producto, asimismo realiza los documentos de exportación para luego enviar al puerto de Guayaquil los contenedores.

4.2.3. Distribución instalaciones (layout)

Ilustración 8 Distribución de Instalaciones.



Elaborado por: El autor

4.2.4. Plan de abastecimiento de producto

En referencia al plan de abastecimiento del producto, la empresa tiene un proveedor de la caballa en aceite, la cual se encargará de hacer todos los procesos de producción hasta que el producto este enlatado y terminado, luego de eso nos contactamos para que nos envíen el producto en pallet listo para la exportación.

4.2.5. Plan de abastecimiento de insumos

Nuestra empresa no tendría insumos ya que la empresa proveedora se encargaría de este proceso, nuestra empresa en si compraría el producto encartonado de 24 unidades y etiquetado el mismo que le enviaremos la etiqueta ya finalizada como lo requiere nuestros clientes.

4.3. Plan organizacional

4.3.1. Datos generales de la empresa

CABALLA DEL MAR S.A es una empresa dedicada a la exportación de conservas de caballa en aceite, garantizando la calidad del producto cumpliendo con los estándares de calidad del mismo.

Ilustración 9 Datos de la Empresa.

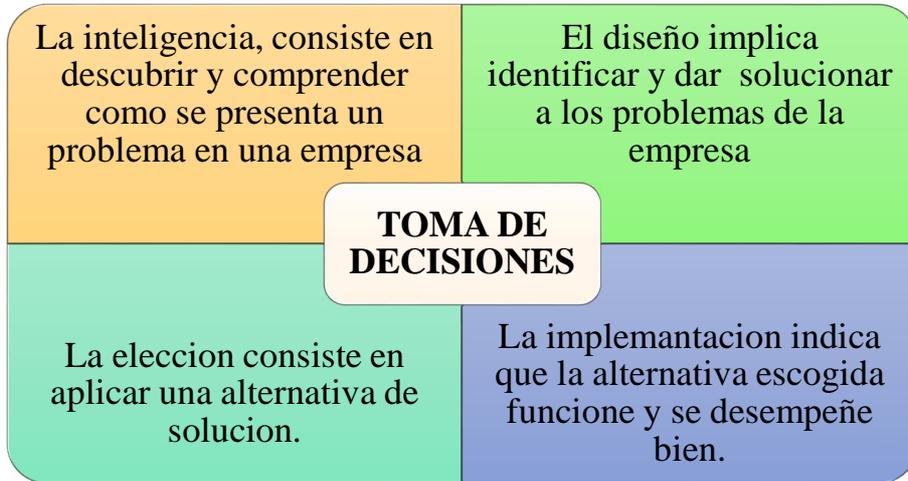
| DATOS DE LA EMPRESA | |
|---------------------|--|
| Razón social | CABALLA DEL MAR S.A |
| RUC | 1,3155E+12 |
| Teléfono | 960268237 |
| Página web | www.consercaballa.com.ec |
| Ubicación | Km 4 ½ Vía Manta – Rocafuerte |
| Correo | caballadelmar_ventas@hotmail.com |
| Persona de contacto | Milton López Rivas |

Elaborado por: El autor

4.3.2. Proceso de toma de decisiones

En el proceso de la toma de decisiones de la empresa es el gerente general, tomando en cuenta las recomendaciones de los departamentos que conforman la empresa.

Ilustración 10 Proceso de Toma De Decisiones.

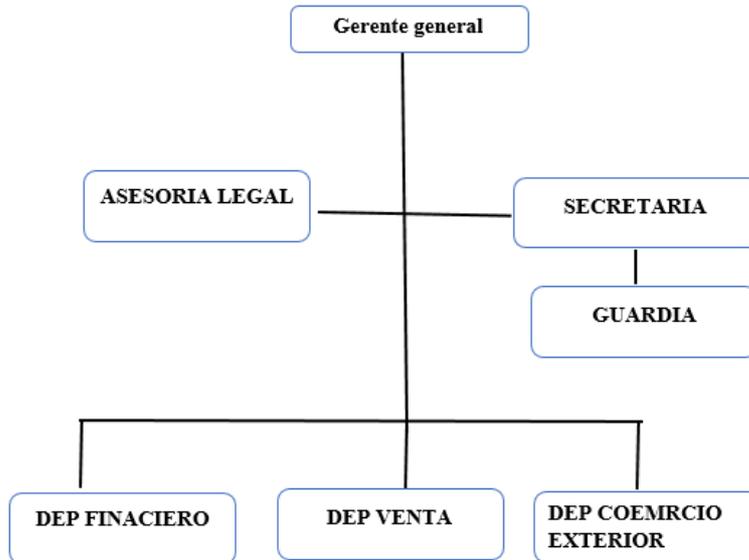


Elaborado por: EL autor

4.3.3. Arquitectura organizacional: organigrama

El organigrama que utiliza la empresa CABALLA DEL MAR S.A detalla a continuación.

Ilustración 11 Organigrama dela empresa



Elaborado por: El autor

4.3.4. Distribución de funciones y responsabilidades.

✓ GERENTE GENERAL

El Gerente General será el Representante Legal de la Empresa y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios sociales.

Entre sus funciones y responsabilidades están:

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Ser el representante de la empresa
- Velar por el respecto de las normativas y reglamentos vigentes.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

✓ COMERCIO EXTERIOR

Un departamento de exportación es una estructura con fines muy concretos: llevar a cabo todas las tareas que generen operaciones en el exterior entre las cuales se podrá mencionar a continuación.

- Coordinación de la red internacional de ventas de la empresa, decidiendo los canales de distribución más adecuados.
- Impulsar la promoción internacional de la empresa y sus productos
- Coordinar y la elaboración y la confirmación de los pedidos.
- Análisis de las condiciones específicas de los mercados exteriores.
- Investigación y apertura de nuevos mercados.

- Coordinación del despacho del producto.
- Coordinar con el transportista.
- Documentos para la exportación.
- Contacto con el cliente por medio electrónico (correos, llamadas etc.)

✓ **SECRETARIA**

La secretaria tiene un perfil laboral altamente competitivo y requieren de nuevos conocimientos y nuevas tareas; administran mucha información, entre sus funciones están:

- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

✓ **FINANCIERO**

El financiero es el responsable de solicitar, revisar, analizar y procesar toda la documentación e información financiera de la empresa, para proporcionar el pago de impuestos correspondiente y el estatus financiero de la misma. Las funciones de un contador dentro de la Empresa son las siguientes:

- Implantar el sistema contable más conveniente para la empresa.
- Vigilar el cabal cumplimiento de las obligaciones fiscales
- Elaborar, analizar e interpretar los estados financieros

✓ **VENTA**

- ✓ El departamento de venta es el que se encarga de la distribución y venta del producto.
- Adquirir los bienes de la empresa
- Se encarga de las compras asumidas por la empresa.
- Tener una relación directa con los proveedores.

4.3.5. Requerimiento de activos fijos para áreas administrativas.

EL activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Los activos tienen una permanencia en la empresa hasta que dejen de ser útiles.

Ilustración 12 Activos fijos.

| ACTIVOS FIJO | | | | |
|--------------|---------------------------------------|----------------|-------------|-----------|
| CANT | ACTIVOS FIJOS | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL | TOTALES |
| | Terrenos | | | 30.000,00 |
| 1 | Terreno de 30x 30 m2 | 30.000,00 | 30.000,00 | |
| | Edificio | | | 90.000,00 |
| 1 | Construcción de 15x15 (225m) | 400,00 | 90.000,00 | |
| | Vehículo | | | 15.000,00 |
| 1 | Vehículo | 15.000,00 | 15.000,00 | |
| | Equipo de oficina | | | 2.322,00 |
| 3 | Aires acondicionado | 600,00 | 1.800,00 | |
| 5 | Teléfono de oficina | 20,00 | 100,00 | |
| 1 | Central telefónica | 323,00 | 323,00 | |
| 1 | Dispensador de agua | 99,00 | 99,00 | |
| | Muebles y enseres | | | 2.878,00 |
| 2 | Mueble sofá | 430,00 | 860,00 | |
| 5 | Archivadores aéreos | 130,00 | 650,00 | |
| 5 | Escritorio | 150,00 | 750,00 | |
| 5 | Sillas giratoria tipo oficina | 30,00 | 150,00 | |
| 15 | Sillas de metal para los departamento | 20,00 | 300,00 | |
| 1 | Silla gerencial | 168,00 | 168,00 | |
| | Equipo de computación | | | 3.530,00 |

| | | | | |
|------------------------|-----------------------------|--------|----------|------------|
| 5 | Computadora de escritorio | 550,00 | 2.750,00 | |
| 1 | Copiadora e impresora RICOH | 780,00 | 780,00 | |
| TOTAL DE ACTIVOS FIJOS | | | | 143.730,00 |

Elaborado por: El autor

4.3.6. Requerimiento de personal para áreas administrativas.

Las personas que estén encargadas de las áreas correspondientes deben de cumplir con los siguientes requisitos:

Gerente: Tener título de cuarto nivel en áreas de conocimiento administrativas, proactivo, poseer un espíritu emprendedor, tener la capacidad del desarrollo de la empresa, liderazgo, Capacidad crítica y auto correctiva.

Secretaria: Tener título de tercer nivel, conocimiento en áreas afines, habilidad comunicativa, capacidad de adaptación de los cambios

Financiero: Tener título de tercer nivel, capacidad de manejar las operaciones del impacto financiero, conocimiento en el área del sistema contable.

Comercio Exterior: Tener título de tercer nivel, conocimiento en el área de exportación, conocimiento en el sistema Ecuapass, manejo de guías, realización de documentos necesarios para la exportación.

Venta: Tener título de tercer nivel, en carreras afines, conocer el proceso de venta, formación específica en venta, cualidades de liderazgo, capacidad de organización.

Tabla 18 Remuneración de área administrativa mensual

| N° | AREA | SUELDO |
|-------------------------------|-------------------|--------------------|
| 1 | GERENTE | \$ 900,00 |
| 1 | SECRETARIA | \$ 550,00 |
| 1 | FINANCIERO | \$ 680,00 |
| 1 | VENTA | \$ 500,00 |
| 1 | COMERCIO EXTERIOR | \$ 750,00 |
| 1 | GUARDIA | \$ 480,00 |
| TOTAL DE VALOR MENSUAL | | \$ 3.860,00 |

4.3.7. Marco legal relacionado con la operación de la empresa.

La empresa se creará con vida jurídica, diseñada para la participación de un número de socio, mediante esto la compañía podrá establecerse con un capital autorizado que determine la escritura de constitución, al momento de constituirse la empresa, el capital suscrito y pagado mínimo serán establecido por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañía, En la primera instancia será para la empresa el socio mayorista el autor del proyecto, a esperas que con el transcurso del pasar los años se adhieran más socios.

Se detallará a continuación los pasos legales para la constitución de la empresa

1. **Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
2. **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
3. **Abre una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
 - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. **Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. **Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
6. **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
7. **Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
8. **Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.
9. **Realiza la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
10. **Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
11. **Inscribe el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
12. **Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
 - El formulario correspondiente debidamente lleno
 - Original y copia de la escritura de *constitución*
 - Original y copia de los nombramientos

- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

13. **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos, podrás hacer la *constitución* de tu compañía limitada o anónima. Un abogado puede ayudarte en el proceso; el costo de su servicio depende del monto de capital de la empresa.⁷

4.3.8. Plan de implementación

En el plan de implementación se detallará las ideas a realizar para la ejecución del plan de negocio, para lo cual se pondrá las acciones de cada departamento, pronosticando las tareas a encaminar.

Ilustración 13 Plan de Implementación.

| DEPARTAMENTOS | ACCION A DESARROLLAR |
|--------------------------|--|
| Gerente | El gerente buscará un plan para ejecutar y lograr el negocio. |
| Financiero | Capacitarse para obtener los programas adecuados para el departamento financiero. |
| Comercio exterior | Estar a contante actualización en el sistema de Ecuapass, para verificar cambios en el sistema, y estar en comunicación con los clientes |
| Secretaria | Estar en contacto comunicación con el personal administrativo, dando información sobre las capacitaciones del área administrativa. |
| Ventas | Publicar en la página web de la empresa, promocionando la calidad y aspectos del producto. |

⁷ (<https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador>)

| | |
|----------------|--|
| Guardia | Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos. |
|----------------|--|

Elaborado por: El autor

4.3.9. Plan de Salida

Al analizar los diferentes escenarios que pueden tener el producto en un futuro, nuestra empresa tendría algunas soluciones a tomar, tomaríamos una estrategia de promoción en los supermercados estrategia de 2x1 , o en el transcurso de los años se podría guiar con un nuevo producto, podría ser en salsa de tomate o buscar nuevos mercados.

CAPITULO V

PLAN FINANCIERO

5.1. OBJETIVO DEL CAPITULO

Analizar la factibilidad del proceso a desarrollar, como es la exportación de conserva de caballa en aceite vegetal al mercado de argentina

5.2. Horizonte de tiempo de plan financiero.

5.3. Plan de inversión

Es un proceso el cual la empresa refleja la decisión de adquirir bienes materiales, o bienes tangibles como, aplicaciones informáticas para la empresa el mismo que será para el funcionamiento. Este plan se abastece de cada uno de los recursos obtenidos para la ejecución del proyecto.

5.3.1. Inversiones en activos fijos

Los activos fijos para poner en marcha la empresa se podrá detallar a continuación:

Tabla 19 Inversión En Activos Fijos.

| INVERSION EN ACTIVOS FIJOS | |
|-----------------------------------|----------------------|
| Terreno | \$ 30.000,00 |
| Edificio | \$ 90.000,00 |
| Vehículo | \$ 15.000,00 |
| Equipo de Oficina | \$ 2.322,00 |
| Muebles y enseres | \$ 2.878,00 |
| Equipos de Computación | \$ 3.530,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS FIJOS | \$ 143.730,00 |

Elaborado por: El autor

La tabla de los activos fijos de la empresa se podrá captar en el Capítulo Técnico del proyecto lo cual se detallan los activos fijos requeridos ver (Ilustración 13).

5.3.2. Inversiones en activos diferidos e intangibles

Para el inicio de la empresa se detallará los activos diferidos detallados a continuación.

Tabla 20 Activos diferidos

| ACTIVOS DIFERIDOS | |
|-----------------------------------|--------------------|
| DETALLE | COSTO |
| Estudio de Mercado | \$ 3.000,00 |
| Constitución de empresa | \$ 2.000,00 |
| Patentes | \$ 100,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS | \$ 5.100,00 |

Elaborado por: El autor

5.3.3. Inversión en capital de operación.

En el capital de inversión se detalla en la siguiente tabla los gastos anuales.

Tabla 21 Tabla en capital de operación

| DETALLE | COSTOS ANUAL |
|-------------------------------|----------------------|
| Costos de venta | \$ 544.320,00 |
| Servicios básicos | \$ 3.540,00 |
| Costos logísticos | \$ 13.148,04 |
| Suministros de oficina | \$ 11.616,00 |
| Gastos de marketing | \$ 37.800,00 |
| Gastos varios | \$ 2.040,00 |
| COSTOS ANUAL | \$ 612.464,04 |
| COSTOS MENSUALES | \$ 51.038,67 |

Elaborado por: El autor

El capital de trabajo se ha calculado de acuerdo a los costos totales anuales dividido para los 12 meses del año, por lo que se asume que se cubrirá al menos el costo del primer mes de operaciones, ya que se estima que a partir del segundo mes ya se obtiene ingresos.

5.3.4. Flujo de depreciación de activos fijos y activos diferido

Al analizar la situación de los activos fijos no colocamos el terreno porque no se deprecia, obteniendo cada bien una vida útil lo cual se depreciaría anualmente.

Tabla 22 Depreciación de activos fijos y activos diferido

| DETALLE | Valor Contable | Vida Útil | Valor de Desecho | Depreciación Año 1 | Depreciación Año 2 | Depreciación Año 3 | Depreciación Año 4 | Depreciación Año 5 | Valor de Desecho |
|------------------------|----------------|-----------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| Edificio | \$ 90.000,00 | 20 | \$ 40.500,00 | \$ 2.475,00 | \$ 2.475,00 | \$ 2.475,00 | \$ 2.475,00 | \$ 2.475,00 | \$ 77.625,00 |
| Vehículo | \$ 15.000,00 | 5 | \$ 3.300,00 | \$ 2.340,00 | \$ 2.340,00 | \$ 2.340,00 | \$ 2.340,00 | \$ 2.340,00 | \$ 3.300,00 |
| Equipo de Oficina | \$ 2.322,00 | 10 | \$ 417,96 | \$ 190,40 | \$ 190,40 | \$ 190,40 | \$ 190,40 | \$ 190,40 | \$ 1.369,98 |
| Muebles y enseres | \$ 2.878,00 | 10 | \$ 575,60 | \$ 230,24 | \$ 230,24 | \$ 230,24 | \$ 230,24 | \$ 230,24 | \$ 1.726,80 |
| Equipos de Computación | \$ 3.530,00 | 3 | \$ 1.059,00 | \$ 823,67 | \$ 823,67 | \$ 823,67 | | | \$ 1.059,00 |
| Activo Diferido | \$ 5.100,00 | 5 | \$ 0,00 | \$ 1.020,00 | \$ 1.020,00 | \$ 1.020,00 | \$ 1.020,00 | \$ 1.020,00 | \$ 0,00 |
| T O T A L | | | | \$ 7.079,31 | \$ 7.079,31 | \$ 7.079,31 | \$ 6.255,64 | \$ 6.255,64 | \$ 85.080,78 |

Elaborado por: El autor

5.4. Plan de financiamiento

Para el plan de financiamiento el autor forma parte de la empresa como un accionista, sin embargo, la empresa tomará un préstamo a una entidad bancaria para poder ejecutar el mismo.

5.4.1. Estrategia de financiamiento

Tomando en cuenta la inversión que se debe realizar para poner en marcha la empresa, se financiará por parte del accionista el 25% del total de activos y el 75% será financiado por medio de un préstamo a una entidad bancaria, obteniendo más bajos intereses en la prestación del mismo, lo cual se consideró a BanEcuador con una tasa de interés de 9,76%.

Tabla 23 Estrategia de financiamiento

| PLAN DE FINANCIAMIENTO | |
|------------------------|-------------------|
| CAPITAL PROPIO | PRÉSTAMO BANCARIO |
| 25% | 75% |
| \$ 49.967,17 | \$ 149.901,50 |

Elaborado por: El autor

5.4.2. Tabla de amortización (de parte financiada con crédito).

La entidad crediticia con la cual se va a realizar el préstamo será BanEcuador a una tasa de interés nominal de 9,76%, los pagos serán semestrales de \$19.299,96 en un periodo de 5 años, por lo consiguiente, se realizarán 10 desembolsos para cubrir la deuda. En la tabla 26 se muestran los datos de la amortización:

Tabla 24 Tabla de amortización.

| | | | | |
|------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| Capital Bancario | 149901,5 | | | |
| Tasa de Interés | 9,76% | 4,88% | | |
| Plazo en años | 5 | | | |
| Pagos | Semestrales | | Pago | \$ 19.299,96 |
| Periodos | 10 | | | |

Elaborado por: El autor

Tabla 25 Tabla de amortización

| PERIODO | PAGO | CAPITAL | INTERÉS | SALDO |
|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| 0 | | | | \$ 149.901,50 |
| 1 | \$ 19.299,96 | \$ 11.984,77 | \$ 7.315,19 | \$ 137.916,73 |
| 2 | \$ 19.299,96 | \$ 12.569,63 | \$ 6.730,34 | \$ 125.347,11 |
| 3 | \$ 19.299,96 | \$ 13.183,02 | \$ 6.116,94 | \$ 112.164,08 |
| 4 | \$ 19.299,96 | \$ 13.826,36 | \$ 5.473,61 | \$ 98.337,73 |
| 5 | \$ 19.299,96 | \$ 14.501,08 | \$ 4.798,88 | \$ 83.836,65 |
| 6 | \$ 19.299,96 | \$ 15.208,73 | \$ 4.091,23 | \$ 68.627,91 |
| 7 | \$ 19.299,96 | \$ 15.950,92 | \$ 3.349,04 | \$ 52.676,99 |
| 8 | \$ 19.299,96 | \$ 16.729,33 | \$ 2.570,64 | \$ 35.947,66 |
| 9 | \$ 19.299,96 | \$ 17.545,72 | \$ 1.754,25 | \$ 18.401,95 |
| 10 | \$ 18.401,95 | \$ 17.503,93 | \$ 898,02 | \$ 0,00 |
| TOTAL | \$ 192.101,61 | \$ 149.003,49 | \$ 43.098,13 | \$ 883.158,31 |

Elaborado por: El autor

5.4.3. Tasa de descuento o costo promedio ponderado de capital (WACC)

Para poder obtener el WACC tenemos que obtener el porcentaje del capital propio+ préstamo financiero+ impuesto+ Tasa impositiva +TMAR (que es la suma de la tasa de inflación+ riesgo país+ tasa de riesgo)

Tabla 26 Tasa mínima de retorno

| | |
|-----------------------------|---------------|
| Tasa de Inflación Sept 2017 | -0,03% |
| Riesgo País Oct 2017 | 5,62% |
| Tasa sin Riesgo | 4,16% |
| TMAR | 9,75% |

Elaborado por: El autor

Tabla 27 Costo promedio ponderado de capital

| | |
|-------------|--------------|
| We | 25% |
| Wd | 75% |
| TMAR | 9,75% |
| I | 9,76% |
| Ti | 33,70% |
| WACC | 7,29% |

Elaborado por: El autor

El WACC, Es el coste promedio ponderado del capital, es la tasa descuento que se utiliza para los flujos de cajas futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.

5.5. Proyección de ingreso operacional

Las proyecciones de ingreso operacional se resumen en la siguiente manera

5.5.1. Proyecciones de la venta (unidades)

Se estima exportar un contenedor mensual, que contendrá en total al año 518.400 latas de 425g, lo que representa un peso de 220.320 Kg, transformado en toneladas será de 220,32Tn, lo cual se tendrá un incremento anual del 10%.

Tabla 28 Proyección De Venta Por Contenedor.

| Cajas | 24 | unidades |
|-------------|--------|----------|
| Contenedor | 1800 | |
| Total Latas | 43200 | |
| Total anual | 518400 | |

Elaborado por: El autor

Tabla 29 Proyección de venta para los siguientes 5 años.

| Presentación | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Latas de 425g | 518.400 | 570.240 | 627.264 | 689.990 | 758.989 |

Elaborado por: El autor

La proyección está dada por unidades vendidas para los siguientes años, obteniendo un incremento del 10% anual.

5.5.2. Proyección de los Precios.

El precio del producto a exportar es de \$1,55 lo cual tendría una acogida para los siguientes años, dado así un incremento en la venta del 10% anual.

5.5.3. Proyección de ingreso (en dólares).

Las proyecciones anuales se obtendrían mediante la proyección de venta por el precio del producto a exportar.

Tabla 30 Ingreso anual.

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|------------|------------|--------------|-----------------|-----------------|
| Latas de 425g | 518400 | 570240 | 627264 | 689990 | 758989 |
| Precio | \$ 1,55 | \$ 1,55 | \$ 1,55 | \$ 1,55 | \$ 1,55 |
| Ingreso | \$ 803.520 | \$ 883.872 | \$ 972.259,2 | \$ 1.069.485,12 | \$ 1.1764.33,63 |

Elaborado por: EL autor

5.6. Proyecciones de costos y gastos operacionales.

5.6.1. Proyección de costos.

La proyección de los costos de nuestro producto será de \$1,05 durante los siguientes años tendría un incremento del 1%,1.5%, la misma que nuestro proveedor nos mantendría ese valor.

5.6.2. Proyección de costo.

La proyección de costo del producto será para el primer año \$544.320, pudiéndolo calcular total de latas anual por el costo del producto.

Tabla 31 Proyección de costo anual.

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Latas de 425g | 518400 | 570240 | 627264 | 689990 | 758989 |
| Costo Unitario | \$1,05 | \$1,06 | \$1,08 | \$1,09 | \$1,11 |
| Costo de Venta | \$544.320,00 | \$604.454,40 | \$674.308,80 | \$752.089,54 | \$838.683,33 |

Elaborado por: El autor.

5.6.3. Proyección de gastos operacionales.

Los gastos administrativos se detallaran en gastos administrativos durante el proceso de la empresa.

5.6.4. Gastos administrativos.

Los gastos administrativos para el año uno será calculado sumando los sueldos de se destinaran durante el año que transcurre la empresa.

Para obtener los datos del año 2 en adelante, sumaremos el total del año uno más los fondos de reservas del año que transcurre.

Tabla 32 Remuneración del área administrativa.

| AREA | SUELDO | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | IESS | IECE/SECAP | Vacaciones | Fondo de reserva | TOTAL Año 1 | TOTAL Año 2-5 |
|-------------------|-----------|----------------|---------------|--------|------------|------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | | 11,15% | 1% | | 8,33% | | |
| Gerente | \$ 900,00 | \$ 900,00 | 375 | 100,35 | 9,00 | 450,00 | 74,97 | 13.837,20 | 14.736,84 |
| Secretaria | \$ 550,00 | \$ 550,00 | 375 | 61,33 | 5,50 | 275,00 | 45,82 | 8.601,90 | 9.151,68 |
| Financiero | \$ 680,00 | \$ 680,00 | 375 | 75,82 | 6,80 | 340,00 | 56,64 | 10.546,44 | 11.226,17 |
| Comer ext | \$ 750,00 | \$ 750,00 | 375 | 83,63 | 7,50 | 375,00 | 62,48 | 11.593,50 | 12.343,20 |
| Venta | \$ 500,00 | \$ 500,00 | 375 | 55,75 | 5,00 | 250,00 | 41,65 | 7.854,00 | 8.353,80 |
| Guardia | \$ 480,00 | \$ 480,00 | 375 | 53,52 | 4,80 | 240,00 | 39,98 | 7.554,84 | 8.034,65 |
| TOTAL | | | | | | | | 59.987,88 | 63.846,34 |

Elaborado por: El autor.

Tabla 33 Gastos De Servicios Básicos.

| SERVICIOS BÁSICOS | | |
|--------------------------|-------------------|-----------------|
| Detalle | G. Mensual | G. Anual |
| Energía Eléctrica | 120 | 1440 |
| Agua | 25 | 300 |
| Teléfono | 80 | 960 |
| Internet | 70 | 840 |
| TOTAL | | 3540 |

Elaborado por: El autor.

Tabla 34 Gastos De Suministros De Oficina

| SUMINISTROS DE OFICINA | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | G. Anual |
| Resmas de papel | 5 | 150 | 1800 |
| Folders | 4 | 30 | 360 |
| Tinta | 1 | 168 | 2016 |
| Esferográficos | 3 | 600 | 7200 |
| Carpetas | 15 | 20 | 240 |
| Varios | | | 0 |
| TOTAL | | | 11616 |

Elaborado por: El autor.

Tabla 35 Gastos Varios De La Empresa

| GASTOS VARIOS | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | G. Anual |
| Mantenimiento de Vehículo | 1 | 100 | 1200 |
| Suministros de Limpieza | 1 | 70 | 840 |
| Varios | | | 0 |
| TOTAL | | | 2040 |

Elaborado por: El autor.

5.6.2.2. Gastos de marketing

Tabla 36 Gastos De Marketing.

| GASTOS DE MARKETING | | |
|----------------------------|-------------------|-----------------|
| Detalle | G. Mensual | G. Anual |
| Ferias internacionales | \$ 500 | \$ 6000 |
| Páginas Web | \$ 200 | \$ 2400 |
| Revistas especializadas | \$ 450 | \$ 5400 |
| Posters | \$ 2000 | \$ 24000 |
| TOTAL | | \$ 37800 |

Elaborado por: El autor.

5.7. Estado de Resultado del proyecto.

La empresa estima a través del estado de resultado, una utilidad neta durante los 5 años proyectados, obteniendo la multiplicación de los ingresos por los costos de venta. Y para obtener la utilidad neta, es el resultado de UAI - Impuesto a la renta.

Tabla 37 Estado de resultado del proyecto.

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|
| Ingreso | \$ 803.520,00 | \$ 883.872,00 | \$ 972.259,20 | \$ 1.069.485,12 | \$ 1.176.433,63 |
| Costo de Venta | \$ 544.320,00 | \$ 604.454,40 | \$ 674.308,80 | \$ 752.089,54 | \$ 838.683,33 |
| Utilidad Bruta | \$ 259.200,00 | \$ 279.417,60 | \$ 297.950,40 | \$ 317.395,58 | \$ 337.750,30 |
| Sueldo | \$ 59.987,88 | \$ 63.846,34 | \$ 65.123,26 | \$ 66.425,73 | \$ 67.754,24 |
| Servicios Básicos | \$ 3.540,00 | \$ 3.610,80 | \$ 3.683,02 | \$ 3.756,68 | \$ 3.831,81 |
| Suministros de Oficina | \$ 11.616,00 | \$ 11.848,32 | \$ 12.085,29 | \$ 12.326,99 | \$ 12.573,53 |
| Gastos Logísticos | \$ 13.148,04 | \$ 13.411,00 | \$ 13.679,22 | \$ 13.952,81 | \$ 14.231,86 |
| Gastos de Marketing | \$ 37.800,00 | \$ 38.556,00 | \$ 39.327,12 | \$ 40.113,66 | \$ 40.915,94 |
| Depreciación | \$ 7.079,31 | \$ 7.079,31 | \$ 7.079,31 | \$ 6.255,64 | \$ 6.255,64 |
| Gastos Varios | \$ 2.040,00 | \$ 2.080,80 | \$ 2.122,42 | \$ 2.164,86 | \$ 2.208,16 |
| Utilidad Operacional | \$ 123.988,77 | \$ 138.985,03 | \$ 154.850,77 | \$ 172.399,21 | \$ 189.979,11 |
| Gasto Financiero | \$ 14.045,53 | \$ 11.590,55 | \$ 8.890,11 | \$ 5.919,68 | \$ 2.652,26 |
| UAPTI | \$ 109.943,24 | \$ 127.394,49 | \$ 145.960,66 | \$ 166.479,53 | \$ 187.326,85 |
| Participación de Trabajadores | \$ 16.491,49 | \$ 19.109,17 | \$ 21.894,10 | \$ 24.971,93 | \$ 28.099,03 |
| UAI | \$ 93.451,75 | \$ 108.285,31 | \$ 124.066,56 | \$ 141.507,60 | \$ 159.227,82 |
| Impuesto a la Renta | \$ 20.559,39 | \$ 23.822,77 | \$ 27.294,64 | \$ 31.131,67 | \$ 35.030,12 |
| Utilidad Neta | \$ 72.892,37 | \$ 84.462,54 | \$ 96.771,92 | \$ 110.375,93 | \$ 124.197,70 |

Elaborado por: El autor.

5.8. Van (valor actual neto)

El valor presente neto representa la suma de los flujos de efectivo descontados en el presente, menos la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero el proyecto es factible de ejecutarse.

El cálculo del VAN (Valor Actual Neto) se lo realiza con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

Tabla 38 Valor del VAN

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------|----------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Utilidad Neta | | \$ 72.892,37 | \$ 88.243,24 | \$ 107.168,82 | \$ 128.674,48 | \$ 151.874,25 |
| Depreciación | | \$ 7.079,31 | \$ 7.079,31 | \$ 7.079,31 | \$ 6.255,64 | \$ 6.255,64 |
| Amortización | | \$ 24.554,40 | \$ 27.009,38 | \$ 29.709,82 | \$ 32.680,25 | \$ 35.049,65 |
| V. Desecho | | | | | | \$ 85.080,78 |
| Inversión Inicial | -\$ 199.868,67 | | | | | |
| Flujo de Caja | -\$ 199.868,67 | \$ 55.417,28 | \$ 64.532,48 | \$ 74.141,41 | \$ 83.951,33 | \$ 180.484,48 |
| WACC | 7,29% | | | | | |
| VAN | \$ 158.178,13 | | | | | |

Elaborado por: El autor.

El VAN del proyecto es positivo, indicando que es rentable en un valor estimado descontado de \$158.178,13 por lo que se augura buenos resultados.

5.9. TIR (Tasa Interna de Retorno).

La TIR es de 28,41% aplicando la función financiera del programa Microsoft office Excel, con los flujos de cajas anuales desde el año 0, se puede obtener la tasa interna de retorno.

Tabla 39 Tasa Interna De Retorno (TIR).

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Flujo de Caja | -\$ 199.868,67 | \$ 55.417,28 | \$ 64.532,48 | \$ 74.141,41 | \$ 83.951,33 | \$ 180.484,48 |
| WACC | 7,29% | | | | | |
| TIR | 28,41% | | | | | |

Elaborado por: El autor.

$$\sum_{j=0}^{T_p} \frac{F_j}{(1+i)^j} = 0$$

La rentabilidad del proyecto, de acuerdo a los flujos de caja proyectada es de 32,79% siendo este un valor superior al WACC por lo que es altamente rentable.

5.10. Pay Back

Al analizar los resultados de Pay Back el capital se recuperaría a partir del tercer año de ejecución del proyecto, obteniendo la recuperación de \$ 8.400,09 en el tercer año de funcionamiento de la empresa.

Tabla 40 Pay Back

| P A Y B A C K | | | | | | |
|------------------------------|----------------|----------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Flujo de Caja | -\$ 199.868,67 | \$ 55.417,28 | \$ 64.532,48 | \$ 74.141,41 | \$ 83.951,33 | \$ 180.484,48 |
| F. Caja Descontado | -199868,67 | \$ 55.417,28 | \$ 64.532,48 | \$ 74.141,41 | \$ 83.951,33 | \$ 180.484,48 |
| F. C. Desc. Acumulado | -199868,67 | -\$ 144.451,39 | -\$ 79.918,91 | \$ 5.777,50 | \$ 78..173,83 | \$258.658,30 |

Elaborado por: El autor.

5.11. Punto de equilibrio.

Punto de equilibrio por cantidades.

Al analizar el punto de equilibrio de cantidades, tenemos los costos fijo, precio, costos variables, y para obtener el punto de equilibrio aplicaríamos esta fórmula en Excel para obtener los resultados =Costo fijo / (Precio-Costo).

Tabla 41 Punto de equilibrio cantidades

| Punto de Equilibrio Cantidades | |
|---------------------------------------|----------------|
| Costo Fijo | \$ 135.211,23 |
| Precio | 1,55 |
| Costo Variable | 1,05 |
| PE | 270.422 |

Elaborado por: El autor.

Punto de equilibrio valor monetario.

Para obtener el punto de equilibrio del valor monetario aplicaremos esta fórmula
 $= \text{Costo fijo} / (1 - (\text{C. variable} / \text{Precio}))$.

Tabla 42 Punto de equilibrio v. monetario.

| Punto de Equilibrio V. Monetario | |
|---|----------------------|
| Costo Fijo | \$ 135.211,23 |
| Precio | \$ 1,55 |
| Costo Variable | \$ 1,05 |
| PE | \$ 419.154,82 |

Elaborado por: El autor.

5.12. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera

Al analizar los resultados de la evaluación financiera

- La inversión de los activos es de \$199.868,67, lo cual incluye el terreno, la construcción de la empresa, equipos de oficina, muebles y enseres y los equipos de computación para cada departamento, patentes etc.
- El proyecto se va a financiar por medio del accionista con un 25% el cual es de \$49.967,17 y un préstamo bancario del 75% equivalente a \$149.901,50 lo cual será estimado para poner en marcha la empresa.
- La tasa de interés cobrada por la entidad bancaria es BanEcuador, a una tasa de 9,76% anual tasa nominal para MYMES.
- La capacidad de producto a exportar anual será de 1 contenedor mensual de 1800 cajas con 24 unidades, con un total de latas a exportar 518.400 anuales, con un incremento del 10% en las ventas anuales.

- El precio de venta del producto a exportar es de \$ 1,55 y el costo de adquisición del producto es de \$1,05 cual valor es estimado por proveedores.
- Los gastos operativos serán de \$ 51.036,67 valor estimado de los gastos mensuales.
- “Con los resultados del estado de pérdidas y ganancias se obtiene los flujos de caja, lo que refleja el VAN de \$158.178,13 siendo este positivo indicando que es factible, llegando a tener una rentabilidad de 28,41% demostrado en la TIR”
- En el periodo de recuperación se recuperaría a partir del cuarto año.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el estudio del proyecto se llegó a las siguientes conclusiones.

- Al concluir la investigación del proyecto se analiza que para la exportación de conservas de pescado entero de caballa en aceite vegetal en el mercado Callao-Perú es un consumidor del pescado ecuatoriano, y más por ser un producto fácil de consumirlo.
- Al concluir el proyecto se tomó en cuenta el mix de marketing por ser un factor fundamental para poder posicionar el producto en el mercado objetivo.
- Concluyendo el proyecto se conoció los datos del mercado referencial, y el análisis de la oferta actual y futura ,datos importantes para poder avanzar en el proyecto
- Al finalizar, se analiza la capacidad que tendría la empresa para exportar el producto.
- Para el inicio de las operaciones de la empresa se necesita de una inversión inicial de \$ 199.868,67; lo cual será financiado con un 25% por el accionista, el autor del proyecto, es decir, \$49.967,17; y el 75% equivalente a \$149.901,50 valor que será por un préstamo bancario a una tasa semestral del 4,88%, la empresa demuestra según los indicadores del Van positivo, con una Tir del 28,41% y el playback determina que la recuperación se la logra recuperar en el tercer año de operación. Para finalizar, se concluye que el proyecto de acuerdo a las utilidades ganadas cada año de las operaciones es viable, por lo que la empresa pueda operar para realizar la exportación de conservas de acaballa en aceite vegetal para el mercado de Callao-Perú.

RECOMENDACIONES.

Terminado el proyecto se recomienda.

- Se recomienda que el gerente de la empresa realice pruebas en los diferentes departamentos, con un fin de lograr las metas propuestas y los objetivos propuestos.
- Es necesario la intervención del estado en estos tipos de proyecto para que el desarrollo de las microempresas crezca en el país.
- Se recomienda que el departamento financiero de la empresa, muestre el rendimiento de los indicadores de rentabilidad de la misma, a los altos funcionarios para poder tomar correctivos en caso de requerirlo.
- Se recomienda la plantar de la empresa, porque demuestra rentabilidad y desarrollo en el sector de la industria pesquera.
- Para finalizar, se recomienda que el proyecto servir como guía para el futuro exportador del Ecuador.

ANEXOS

Ilustración 14 Estrategias Genéticas De Desarrollo.

Estrategias de Crecimiento

Matriz de Ansoff

| <i>Producto</i> | <i>Actual</i> | <i>Nuevo</i> |
|-----------------|---------------------------|------------------------|
| <i>Mercado</i> | | |
| <i>Actual</i> | Penetración en el mercado | Expansión de Productos |
| <i>Nuevo</i> | Expansión de Mercados | Diversificación |

Estrategias de Crecimiento

A) Crecimiento Intensivo: Crecer en el seno del mercado de referencia

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

SinMiedosEC. (2017). Obtenido de <http://sinmiedosec.com/cuantos-habitantes-tiene-ecuador/>

empresas, f. c. (s.f.).

es.scribd.com/doc/157795698/UBICACION-GEOGRAFICA-del-callao. (s.f.).

es.wikipedia.org/wiki/Per%C3%BA. (s.f.).

fuelle. (s.f.). <http://larepublica.pe/marketing/860310-tendencias-del-mercado-de-lo-natural>.

fuelle. (s.f.). <http://larepublica.pe/marketing/860310-tendencias-del-mercado-de-lo-natural>.

gastrosoler.com, f. (s.f.).

<http://countrymeters.info/es/Peru>. (s.f.).

<http://countrymeters.info/es/Peru>. (s.f.). <http://countrymeters.info/es/Peru>. Obtenido de <http://countrymeters.info/es/Peru>.

http://docs.politicascsti.net/reportes/PE_SI.pdf. (s.f.).

<http://herdkp.com.pe/adds/Ezines/contenedores.htm>. (s.f.).

<http://larepublica.pe/marketing/860310-tendencias-del-mercado-de-lo-natural>. (s.f.).

<http://peru21.pe/economia/pobreza-extrema-peru-cayo-03-2016-segun-inei-2281148>. (s.f.).

<http://sinmiedosec.com/cuantos-habitantes-tiene-ecuador/>. (s.f.).

<http://www.inei.gob.pe/>. (s.f.).

<http://www.proecuador.gob.ec/2013/02/25/record-en-exportaciones-pesqueras/>. (s.f.).

<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-peru/>. (s.f.).

http://www.sice.oas.org/ctyindex/PER/PERAgreements_s.asp. (s.f.).

[http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/TraDoc_condoc_2006.nsf/PorLey/00589/\\$FILE/00589.PDF](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/TraDoc_condoc_2006.nsf/PorLey/00589/$FILE/00589.PDF). (s.f.).

<http://wwwsanchezmercado-verito.blogspot.com/2010/04/definicion-de-mercado-segun-varios.html>. (s.f.).

<https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador>. (s.f.).

<https://efxto.com/diccionario/exportaciones>. (s.f.).

<https://es.finance.yahoo.com/divisas/conversor>. (s.f.).

https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_Constitucional_del_Callao. (s.f.).

<https://gestion.pe/economia/que-incluir-etiquetado-productos-2178549>. (s.f.).

<https://www.mimp.gob.pe/adultomayor/regiones/Callao2.html>. (s.f.).

larepublica.pe/marketing/860310-tendencias-del-mercado-de-lo-natural. (s.f.).

LEY DE REFORMA CONSTITUCION QUE MODIFICA LOS CAPITULOS I II Y III DEL TITULO IV DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO. (s.f.). Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/TraDoc_condoc_2006.nsf/PorLey/00589/\\$FILE/00589.PDF](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/TraDoc_condoc_2006.nsf/PorLey/00589/$FILE/00589.PDF)

LOPEZ, M. (s.f.). <http://peru21.pe/economia/sni-25-pescado-que-se-consume-peru-importado-2236606>.

Organización de Estados Americanos. (s.f.). Obtenido de http://www.sice.oas.org/ctyindex/PER/PERagreements_s.asp

PROECUADOR. (s.f.). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2013/02/25/record-en-exportaciones-pesqueras/>

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de Wikipedia: Análisis de Perú : es.wikipedia.org/wiki/Perú

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia: Análisis de Perú*. Obtenido de es.wikipedia.org/wiki/Perú

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia: Analisis de Perú*. Obtenido de es.wikipedia.org/wiki/Perú

www.apple.com. (s.f.). www.apple.com.

www.trademap.com. (s.f.).