



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI.

**FACULTAD DE ECONOMIA.
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES.**

**TEMA:
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLITAS DE
CAMARON CON EMPAQUE AL VACÍO HACIA EL MERCADO DE
CHILE”.**

**TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO
EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:
LUISA ELENA SANTANA CANDELA**

**DIRECTOR DE TESIS:
ING. KARLOS MUÑOZ**

MANTA, 2017.

IDENTIFICACIÓN DEL EGRESADO

NOMBRES:	LUISA ELENA	
APELLIDOS:	SANTANA CANDELA	
NACIONALIDAD:	ECUATORIANA	
LUGAR DE NACIMIENTO:	MANTA	
FECHA DE NACIMIENTO:	7 De Noviembre de 1994	
CEDULA DE IDENTIDAD:	131676756-3	
ESTADO CIVIL:	Soltera	
TELEFONOS:	0998032639	
CORREO ELECTRONICO:	elenalisa_94uniep@hotmail.com	
RESIDENCIA DIRECCION DOMICILIO:	Calle 14 y 15 avenida 21	
TITULOS ACADEMICOS:	Contador Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración	
ESTUDIOS ACTUALES:	Egresada de la facultad de Ciencias Económicas de la carrera de Comercio Exterior	
COMPETENCIAS LABORALES:		
EXPERIENCIA LABORAL:		
ACTIVIDADES ACTUALES		
INTENCIONALIDAD E INTERES CON EL PROYECTO DE GRADO:	Incrementar la exportación de productos Ecuatorianos para que sean reconocidos en todo el Mundo.	

IDENTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL PROYECTO DE GRADO

NOMBRES:	KARLOS EDUARDO	
APELLIDOS:	MUÑOZ MACIAS	
NACIONALIDAD:	ECUATORIANO	
LUGAR DE NACIMIENTO:	MANTA	
FECHA DE NACIMIENTO:	4 de Mayo de 1978	
CEDULA DE IDENTIDAD:	1305963165	
ESTADO CIVIL:	Casado	
TELEFONOS:	0996026807	
CORREO ELECTRONICO:	karlos.munoz@uleam.edu.ec karloseduardo@live.cl	
RESIDENCIA DIRECCION DOMICILIO:	Avenida 108 N° 725 y calle 109	
TITULOS ACADEMICOS:	Ing. Agrónomo, Maestría en Gestión Ambiental.	
ESTUDIOS ACTUALES:	Candidato a Doctor en Ciencias Administrativas en la Universidad Nacional Mayor de “San Marcos”, Lima, Perú.	
COMPETENCIAS LABORALES:		
EXPERIENCIA LABORAL:	Gerente de Producción Avintriago S.A., Administrador Importadora “El Rosado”, Técnico vendedor de Agroquímicos.	
ACTIVIDADES ACTUALES	Miembro del DEI, y docente de matemáticas en la Facultad de ciencias Económicas.	
INTENCIONALIDAD E INTERES CON EL PROYECTO DE GRADO:		

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 (presentaron) a defender su Proyecto de Grado:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLITAS DE CAMARON CON EMPAQUE AL VACÍO HACIA EL MERCADO DE CHILE. Para obtener el título de Tercer Nivel de **INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, La estudiante: LUISA ELENA SANTANA CANDELA con C.I. # 131676756-3.

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.

Profesor miembro Tribunal 2.

Profesor miembro Tribunal 3.

Ing. Karlos Muñoz
Director del Proyecto del Grado.

Coordinador de Carrera.

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 (los) señor(es):

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	FUNCIÓN	FIRMA
	DIRECTOR	
	Profesor – Miembro 1	
	Profesor – Miembro 2	
	Profesor – Miembro 3	

COORDINADOR DE CARRERA.

DECLARACIÓN

Yo, Luisa Elena Santana Candela, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada 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.

LUISA ELENA SANTANA CANDELA

C.I# 131676756-3

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado Titulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLITAS CAMARON CON EMPAQUE AL VACÍO HACIA EL MERCADO DE CHILE**”, ha sido desarrollado por la egresada, LUISA ELENA SANTANA CANDELA, 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. Karlos Muñoz

DIRECTOR DEL PROYECTO

PROFESOR LECTOR 1

PROFESOR LECTOR 2

PROFESOR LECTOR 3

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mis padres quienes fueron el pilar fundamental para la construcción de mi vida estudiantil y profesional, me impulsaron a seguir adelante inculcaron en mi las bases de responsabilidad y deseos de superación.

A mi novio quien siempre estuvo allí cuando lo necesitaba y me motivaba cada día para lograr todo lo que me propusiera.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por permitirme llegar hasta donde estoy porque sin el nada de esto hubiese sido posible.

A mis padres y a mi novio por haber creído en mí y haberme apoyado a lo largo de este proceso que no fue nada fácil pero siempre estuvieron conmigo.

A aquellos maestros y amigos por haberme brindado su conocimiento y ayuda tanto en el aula de clases y en el proyecto en sí.

Gracias a todos...

INDICE

INTRODUCCIÓN.	1
CAPÍTULO 1: GENERALIDADES	2
1.1.PLAN DE PROYECTO DE GRADO	2
1.2.TEMA	2
1.2.1.DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.4.1.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.4.2.SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.4.3.JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	3
1.5.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.5.1.OBJETIVO GENERAL.....	4
1.5.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.6.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	4
1.7.GENERALIDADES DEL CAMARON	5
1.7.1.ANTECEDENTES DEL PRODUCTO.....	5
1.7.2.CARACTERÍSTICAS.	6
CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO:	7
2.1.OBJETIVOS DEL CAPITULO	7
2.2.ANÁLISIS ESTRATÉGICO	7
2.2.1.ANÁLISIS MACRO ENTORNO MERCADO CHILE – SANTIAGO	7
2.2.1.2.FACTORES SOCIALES Y CULTURALES	8
2.2.1.3.MACRO AMBIENTE DEL NEGOCIO.....	10
2.2.1.3.1.CONDICIONES ECONÓMICAS.....	10
2.2.1.3.2.MICROAMBIENTE EXTERNO (CHILE).....	14
2.2.1.3.3.MICROAMBIENTE INTERNO (ECUADOR).....	16
2.2.2.ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	21
2.2.2.1.ANTECEDENTES GENERALES Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA	21
2.2.2.2.ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL SECTOR INDUSTRIAL.....	22
2.2.2.3.IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	22
2.2.2.4.DIMENSIONAMIENTO DE LA OFERTA ACTUAL Y POTENCIAL.	23
2.2.2.5.DIMENSIONAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL.	24
2.2.3.ANÁLISIS FODA.....	25
2.2.4.VIABILIDAD ESTRATÉGICA DE INVERTIR.	25
2.3.PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	26
2.3.1.VISIÓN Y MISIÓN.....	26
2.3.1.1.VISIÓN	26

2.3.1.2.MISIÓN	26
2.3.2.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	26
2.3.2.1.OBJETIVO GENERAL.....	26
2.3.2.2.FINANCIERO.	26
2.3.2.3.NO FINANCIEROS.	26
2.3.3.ESTRATEGIAS.....	27
2.3.3.1.CARTERA DE PRODUCTOS.....	27
2.3.3.1.1.MATRIZ BCG:.....	27
2.3.3.2.ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE DESARROLLO.....	28
2.3.3.3.ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....	28
2.3.3.4.PENETRACION DE MERCADO	28
2.3.3.5.DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS.....	28
2.3.3.6.DESARROLLO E INNOVACION DEL PRODUCTO	29
2.3.3.7.DIVERSIFICACION	29
2.3.4.SISTEMA DE VALORES.	29
2.3.4.1.VALORES FINALES.	29
2.3.4.2.VALORES OPERACIONALES.	30
CAPÍTULO 3. PLAN COMERCIAL	31
3.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO	31
3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA	31
3.2.1. TIPO Y ESTRUCTURA DE MERCADO.....	31
3.2.2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE SEGMENTOS DE MERCADO OBJETIVOS.	31
3.2.3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA.....	32
3.2.4. DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO DE REFERENCIA.....	32
3.2.5. DEMANDA QUE ATENDERÁ EL PROYECTO.	33
3.3. PLAN DE COMERCIAL	33
3.3.1. OBJETIVOS DEL PLAN COMERCIAL.....	33
3.3.2. MIX DE MARKETING.....	33
3.3.2.1. AUDITORIA Y ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	33
3.3.2.2. ADAPTACIÓN O MODIFICACIÓN REQUERIDA	33
3.3.2.3. ATRIBUTOS Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO.	34
3.3.2.4.COMPONENTE DE ENVASE.	34
3.3.2.5. ESTRATEGIA DE MARCA.....	35
3.3.2.6. AUDITORIA Y ESTRATEGIA DE PRECIO.....	37
3.3.2.6.1. TÉRMINOS DE VENTA (INCOTERM).....	37
3.3.2.6.2. PARTIDA ARANCELARIA.	37
3.3.2.6.3. COMPARATIVO DE PRECIOS CON LA COMPETENCIA.	37

3.3.3. IMPACTO DEL TIPO DE CAMBIO EN LA FIJACIÓN DEL PRECIO.	37
3.3.3.1. TIPO DE CAMBIO DE MÓNEDA.	38
3.3.3.2. PRECIO DE VENTA UNITARIO (EXPORTACIÓN).	38
3.3.3.3. MÉTODO DE COBRO/PAGO INTERNACIONAL.	38
3.3.4. AUDITORIA Y ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.	38
3.3.4.1. MODO DE TRANSPORTE.	38
3.3.4.2. PUERTO AEROPUERTO DE ORIGEN Y DESTINO.	38
3.3.4.3. RUTA DE EXPORTACIÓN.	38
3.3.4.4. REGULACIONES DE MARCAS Y ETIQUETAS ORIGEN/DESTINO.	39
3.3.4.4.1. EMBALAJE.	39
3.3.4.4.2. DOCUMENTACIÓN.	39
3.3.4.4.3. SEGURO.	40
3.3.4.4.4. NORMAS LEGALES. CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS.	41
3.3.4.5. CANAL DE DISTRIBUCIÓN.	41
3.3.4.6. PROVEEDORES DE SERVICIO PARA LA EXPORTACIÓN.	42
3.3.4.7. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR.	42
3.3.5. AUDITORIA Y ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.	43
3.3.5.1. CONCEPTO DE POSICIONAMIENTO.	43
3.3.5.2. CONCEPTO DE ESLOGAN.	43
3.3.5.3. METODOS INTERACTIVOS.	43
3.3.5.4. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES.	43
CAPÍTULO 4: PLAN TÉCNICO-ORGANIZACIONAL.	44
4.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO.	44
4.2. PLAN TÉCNICO.	44
4.2.1. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.	44
4.2.2. PLAN DE PRODUCCIÓN.	44
4.2.3. LOCALIZACIÓN.	44
4.2.4. PROCESO PRODUCTIVO/OPERACIONAL.	45
4.2.5. DISTRIBUCIÓN INSTALACIONES (LAYOUT).	45
4.2.6. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA.	46
4.2.7. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE INSUMOS.	46
4.2.8. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE MANO DE OBRA.	46
4.2.9. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN.	47
4.3. PLAN ORGANIZACIONAL.	50
4.3.1. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.	50
4.3.2. PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.	50
4.3.3. ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA.	50

4.3.4. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.....	51
4.3.5. REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS.	53
4.3.6. REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS.	53
4.3.7. MARCO LEGAL RELACIONADO A LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA.	54
4.3.8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.	55
4.3.9. PLAN DE ACCIÓN DE CORTO PLAZO.....	55
4.3.10. PUESTA EN MARCHA.	56
4.3.11. PLAN DE CONTINGENCIA	56
CAPITULO 5: PLAN FINANCIERO. 57	
5.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO. 57	
5.2. HORIZONTE DE TIEMPO DEL PLAN FINANCIERO (5 AÑOS). 57	
5.3. PLAN DE INVERSIÓN. 57	
5.3.1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES.....	57
5.3.2. INVERSIONES EN CAPITAL DE OPERACIÓN.	59
5.3.3. FLUJO DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS.....	60
5.4. PLAN DE FINANCIAMIENTO. 62	
5.4.1. ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO.....	62
5.4.2.TABLA DE AMORTIZACIÓN (DE PARTE FINANCIADA CON CRÉDITO).....	62
5.4.3.TASA DE DESCUENTO O COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC).....	63
5.5. PROYECCIONES DE INGRESOS OPERACIONALES. 64	
5.5.1. PROYECCIÓN DE LAS VENTAS (UNIDADES, PRECIOS E INGRESOS).	64
5.6.PROYECCIONES DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES. 64	
5.6.1.PROYECCIÓN DE COSTOS OPERACIONALES.....	64
5.6.1.1.MATERIA PRIMA DIRECTA.	65
5.6.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA.	66
5.6.1.3. GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	66
5.6.2. COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO.....	68
5.6.3. PROYECCIÓN DE GASTOS OPERACIONALES.....	69
5.6.3.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS.	69
5.7.FLUJOS DE FONDOS DEL PROYECTO. 70	
5.8.EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO. 71	
5.9.PUNTO DE EQUILIBRIO. 72	
5.10. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA 73	
CONCLUSIONES.....	
.....	74
RECOMENDACIONES. 74	

INDICE DE TABLA.

1. CONTENIDO NUTRICIONAL.....	6
2. INDICADORES DE CRECIMIENTO.....	11
3. ACTIVIDAD ECONÓMICA POR SECTOR.....	12
4. CIFRAS DEL COMERCIO EXTERIOR.....	13
5. POBLACIÓN SANTIAGO DE CHILE.....	15
6. PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS.....	17
7. CONSUMO NACIONAL APARENTE.....	23
8. DIMENSIONAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL.....	24
9. DEMANDA INSATISFECHA DE CONSUMO DE CAMARÓN.....	32
10. COBERTURA QUE SE DARÁ A LOS CONSUMIDORES DE SANTIAGO.....	33
11. UNIDADES Y PRECIO (CARTÓN).....	34
12. UNIDADES Y PRECIO (FUNDAS DE EMPAQUE AL VACÍO).....	35
13. COMPARACIÓN DE PRECIOS CON LA COMPETENCIA.....	37
14. MEDIDAS DEL CARTÓN.....	39
15. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA.....	46
16. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE INSUMOS.....	46
17. SUELDOS OPERACIONALES.....	46
18. DATOS DE LA EMPRESA.....	50
19. ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS.....	53
20. ÁREA ADMINISTRATIVA.....	53
21. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	55
22. PLAN DE ACCIÓN DE CORTO PLAZO.....	55
23. ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES.....	57
24. INVERSIÓN.....	59
25. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	60
26. PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	62

27. FINANCIAMIENTO DE CRÉDITO.....	62
28. AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO.....	62
29. WACC.....	63
30. PROYECCIÓN ANUAL.....	64
31. PROYECCIÓN DE COSTOS OPERACIONALES.....	64
32. COSTOS DE MATERIA PRIMA.....	65
33. COSTOS DE INSUMOS.....	65
34. SUELDOS OPERACIONALES.....	66
35. SERVICIOS BÁSICOS.....	66
36. SUMINISTROS DE OFICINA.....	67
37. GASTOS VARIOS.....	67
38. GASTOS DE LOGÍSTICA.....	68
39. PRECIO POR LIBRA.....	68
40. SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	69
41. FLUJO DE FONDOS DE PROYECTO.....	70
42. INDICADORES DE RIESGO.....	71
43. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.....	71
44. PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES.....	72
45. PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES.....	72

INDICE DE IMAGEN.

1. LITOPENAEUS VANNAMEI.....	5
2. UBICACIÓN COSTANERA DEL CAMARÓN.....	5
3. MAPA DE CHILE.....	7
4. BANDERA DE SANTIAGO DE CHILE.....	14
5. MAPA DE ECUADOR.....	16
6. EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS.....	18
7. BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR- CHILE.....	19
8. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A CHILE.....	20

9. PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ECUADOR A CHILE POR SECTOR.....	20
10. BOLITAS DE CAMARÓN.....	27
11. MATRIZ BCG.....	27
12. COMPETENCIA DIRECTA.....	32
13. CAJA DE CARTÓN.....	34
14. FUNDAS DE EMPAQUE AL VACÍO.....	35
15. ETIQUETA FRONTAL.....	36
16. ETIQUETA REGLAMENTARIA.....	36
17. MAQUINARIA 1 (BALANZA).....	47
18. MAQUINARIA 2 (CANECAS).....	47
19. MAQUINARIA 3 (MAQUINA PELADORA).....	48
20. MAQUINARIA 4 (MAQUINA MOLEDORA).....	48
21. MAQUINARIA 5 (MÁQUINA DE BOLAS DE CAMARÓN).....	48
22. MAQUINARIA 6 (MÁQUINA DE EMPANADO).....	49
23. MAQUINARIA 7 (CÁMARA FRIGORÍFICA).....	49
24. MAQUINARIA 8 (EMPACADORA AL VACÍO).....	49
25. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	73

INDICE DE GRÁFICO.

1. COMPOSICIÓN DEL PIB POR SECTORES.....	17
2. FUERZAS DE PORTER.....	22
3. CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	41
4. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA.....	45

INTRODUCCIÓN

El presente informe ha sido diseñado básicamente con el objetivo de contar con una base conceptual abarcadora, que permita comprender mejor las metas y estructura que generalmente rigen un plan de este tipo.

A este aspecto central, se le han adicionado otros, tan interesantes como actuales y útiles relacionados con la forma en que se deben llevar a cabo las negociaciones para que sean lo más exitosas posible y se aborda también el tema de la planificación financiera, que es un factor determinante en la supervivencia de la empresa.

Este trabajo ha constituido también un incentivo para la investigación acerca de otros temas relacionados con la negociación y la planeación estratégica empresarial.

En la actualidad el consumo de mariscos y su uso en la cocina gourmet se ha vuelto esencial al momento de querer comer sano y delicioso, en especial al hablar de camarones ya que se utilizan para diversos platillos y diversas formas de consumo.

Las ventajas climáticas del país permiten que se generen hasta tres ciclos de cosechas por año, y un mayor desarrollo productivo por hectárea. El camarón blanco o *litopenaeus vannamei* representa más del 95% de la producción ecuatoriana.

El camarón es un alimento que presenta un nivel muy bajo de grasas y calorías y a su vez es rico en componentes como carotenos, beta carotenos, omega 3 y pre vitamina A. El camarón ecuatoriano por su exquisito sabor, color y textura es reconocido como un producto gourmet a nivel mundial.

Con el presente proyecto se busca satisfacer las necesidades y deseos de la población chilena principalmente en su capital Santiago, ya que es un mercado muy amplio y tienen un gran gusto por los productos provenientes del mar.

(Proecuador, pág. 2016)

CAPÍTULO 1: GENERALIDADES

1.1 PLAN DE PROYECTO DE GRADO

1.2 TEMA: “Plan de Negocios para la exportación de bolitas de Camarón con Empaque al vacío hacia el mercado de Chile”.

1.2.1 Delimitación del Problema

Tema: “Plan de Negocios para la exportación de bolitas de Camarón con Empaque al vacío hacia el mercado de Chile”.

Área: Exportación y Negocios Internacionales

País: Chile

Sector: Comercialización y exportación

Zona: Santiago de Chile

Tiempo: 2017 – 2022

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Actualmente vivimos en una sociedad muy activa y ocupada, es decir las personas tienen tantas actividades en el diario vivir que no les da tiempo de cocinar y preparar sus alimentos, por ende hoy en día optan por frecuentar restaurantes y o comprar alimentos precocinados ya que les ahorra tiempo y en algunas ocasiones dinero. Por estas razones en el Plan de Negocios se quiere ayudar y de la misma manera aportar nutricionalmente a la población consumidora de este tipo de alimentos.

CHILE es un mercado exigente en cuanto a calidad y presentación y les gusta estar informados acerca de los productos alimenticios, además de tener un alto consumo de productos provenientes del mar y especialmente una aceptación enorme por el camarón ecuatoriano.

En el Ecuador existen productos del mar con un alta calidad que no son del todo reconocidos a nivel mundial por falta de información, ya que las Empresas no se arriesgan a innovar estos productos y exportarlos, el reto será que nuestro producto sea diferenciado y aceptado por el mercado ya seleccionado, es decir que sea preferido por nuestros futuros consumidores.

1.4 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:

1.4.1 Formulación del problema.

¿Cuál es la situación actual del consumo de Camarón y cuál es la aceptación de productos derivados del camarón en el mercado de Santiago de Chile, y su crecimiento en los próximos años?

1.4.2 Sistematización del Problema

1. ¿Cuál es la mejor estrategia para poder introducir este producto a dicho mercado?
2. ¿Cuáles son las exigencias del mercado de Chile para la entrada de Productos derivados del camarón?
3. ¿Cuál es la demanda de productos derivados del camarón en este mercado?
4. ¿Cuáles son los mayores competidores en el mercado con productos derivados del camarón?
5. ¿Cómo exportaríamos dicho producto al mercado de Chile?

1.4.3 Justificación e Importancia

El proyecto se ha basado en la exportación de bolitas de camarón empacadas al vacío dado que el camarón ecuatoriano tiene una alta preferencia en el mercado Chileno, presentando este producto de una forma novedosa que atrae a un gran número de consumidores de todas las edades teniendo como objetivo adaptarse al estilo de vida actual agitado de las personas, así como también utilizarse en reuniones y eventos siendo un bocadillo delicioso y además brindar aporte nutricional y sano, enseñándoles nuevas forma de consumo y que

nuestros consumidores puedan diferenciar el producto que les ofrece el mercado Ecuatoriano como un Camarón de alta calidad.

A través de esta investigación se busca expandir los productos ecuatorianos hacia nuevos mercados para que así sean reconocidos por su calidad y su innovación, lo que hará posible abrir nuevas oportunidades con el fin de exportar y seguir creciendo hacia mercados internacionales.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

1.5.1 Objetivo general.

Crear un Plan de Negocios para exportar Bolitas de Camarón hacia el mercado de Santiago de Chile.

1.5.2 Objetivos específicos.

- Analizar las relaciones comerciales entre Ecuador y Chile, con el fin de conocer a fondo el mercado meta, sus exigencias y las oportunidades que nos brinda al incursionar las Bolitas de camarón en dicho mercado.
- Realizar un Plan Comercial para la distribución y comercialización del producto, identificando a los consumidores potenciales, la competencia y exigencias de dicho mercado.
- Determinar la capacidad de producción de la empresa, con sus respectivos procesos técnicos y de comunicación organizacional para así lograr obtener un mejor funcionamiento.
- Analizar la factibilidad y viabilidad financiera para llevar a cabo el Plan de Negocios.

1.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

El método a utilizar en este proyecto será el Inductivo – Deductivo, ya que el Inductivo surge de una primera etapa que es la recolección de información, es decir, que la primera parte del proceso consiste en la creación de un cuerpo teórico y la segunda parte del proceso consiste en deducir leyes generales para los fenómenos investigados.

1.6 GENERALIDADES DEL CAMARON:

IMAGEN #1. LITOPENAEUS VANNAMEI



FUENTE: (BOE, 2012)

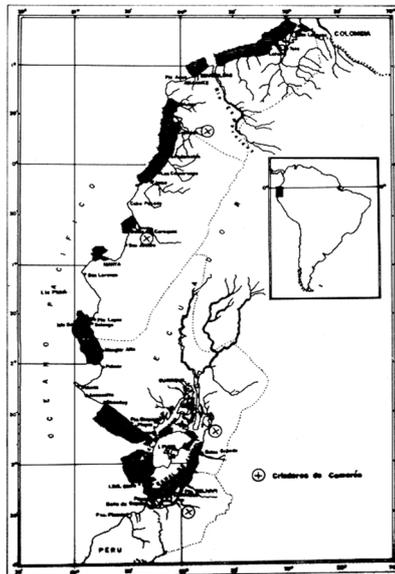
AUTORA: LUISA SANTANA

1.7.1 Antecedentes del producto

Nombre Comercial: camarón blanco, camarón patiblanco

Nombre Científico: Litopenaeus vannamei

IMAGEN #2. UBICACIÓN COSTANERA DEL CAMARÓN



FUENTE: (Ubicacion costanera del Camaron/fao.org, 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

Es la principal especie de cultivo de la costa ecuatoriana; presenta un color blanquecino a amarillento con la parte dorsal del caparazón un poco más oscura y suele habitar en aguas con fondos lodosos, es considerada una de las especies más resistentes a cambios medioambientales durante el desarrollo en cautiverio.

Las ventajas climáticas del país permiten que se generen hasta tres ciclos de cosechas por año, y un mayor desarrollo productivo por hectárea. El camarón blanco o *litopenaeus vannamei* representa más del 95% de la producción ecuatoriana.

Sus principales áreas de captura en el territorio ecuatoriano son: Sur del Golfo de Guayaquil, Isla puna y Santa Clara, Norte del Golfo de Guayaquil, Manta - Palmar, Jama – Muisne, Esmeraldas – San Lorenzo.

(Proecuadoror, 2016)

1.7.2 Características.

TABLA #1. CONTENIDO NUTRICIONAL

	Por ración (150g)
Energía (kcal)	57
Proteínas (g)	12,1
Colesterol (mg)	134,6
Calcio (mg)	54,5
Hierro (mg)	1,1
Magnesio (mg)	23,5
Sodio (mg)	131,1
Potasio (mg)	227,7
Fósforo (mg)	124,2
Ac. Fólico	8,3
Vit. B12	4,8
Vit.	2

AUTORA: LUISA SANTANA

FUENTE: (SEAFOOD HANDBOOK, 2010)

CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO:

2.1 OBJETIVOS DEL CAPITULO

Analizar las relaciones comerciales entre Ecuador y Chile, con el fin de conocer a fondo el mercado meta, sus exigencias y las oportunidades que nos brinda al incursionar las Bolitas de camarón en dicho mercado.

2.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.2.1. Análisis macro entorno mercado Santiago de Chile.

IMAGEN #3. MAPA DE CHILE



FUENTE: (Maps of World, 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

Chile es un país de América que está ubicado en el extremo sudoeste de América del Sur, su nombre oficial es República de Chile y cuya capital es Santiago de Chile.

Limita al Norte con Perú, al nordeste con Bolivia y al este con Argentina, cuenta con más de 18 millones de habitantes.

Situación Geográfica: La República de Chile se encuentra en América del Sur, sus fronteras son: **Norte:** Perú. **Sur:** Océano Pacífico. **Este:** Bolivia. **Oeste:** Océano Pacífico. Chile incluye también en su territorio algunas islas y archipiélagos que están situados al sur del Continente. Reclama también una parte de la Antártica.

Principales Ciudades: La capital del país es Santiago. Otras ciudades importantes son: Concepción, Viña del Mar y Valparaíso.

Extensión: De norte a sur Chile tiene una longitud aproximada de 4270 kilómetros.

Área Total: Ocupa un área de 756,945 kilómetros cuadrados. (neuroc99, 2016)

2.2.1.2. Factores sociales y culturales.

Población total: 17.948.141

Crecimiento natural: 1,0%

Densidad: 24 habitantes/km²

Población urbana: 89,5%

Población de principales ciudades: Santiago (7.399.042); Puente Alto (824.579); Antofagasta (402.444); San Bernardo (320.626); Viña del Mar (287.522); Temuco (275.617); Rancagua (249.668); Valparaíso (248.070)

Orígenes étnicos: En torno a 89% de la población no se declara como indígena, y afirma tener orígenes principalmente europeos o mixtos. Los mapuches representan más menos 9% de la población. Los aimaras y otros grupos indígenas, como los rapanui, atacameños, quechuas, kollas, diaguitas, kawésqar y yaganes representan un 1% (censo de 2012, Instituto Nacional de Estadísticas).

Lengua oficial: español

Otras lenguas habladas: Dialectos indígenas, como el mapudungun, el aimara, el quechua y el rapanui

Idioma(s) de negocios: español, inglés

Religión: Católicos: 66,7%. Evangélicos o protestantes: 16,4%. Testigos de Jehová: 1%. Otros: 3,4%. Ninguna religión: 11,5%. No especificado: 1,1%.

Moneda: peso chileno

(portal.santandertrade, 2016)

Recursos Naturales: Chile es rico, sobre todo por sus recursos minerales; posee grandes yacimientos de diversos minerales como el cobre, nitrato, hierro, carbón mineral, molibdeno, manganeso, petróleo, gas natural, plata y oro.

Flora Fauna: La vegetación autóctona es muy variada, de acuerdo a las diferentes zonas climáticas. Al norte hay muy poca vegetación, solo cactus y plantas de climas desérticos. En el Valle Central, que es más húmedo, hay otras especies de plantas. Al sur puede encontrarse una vegetación mayor, que incluye laurel, magnolia, y varias especies de coníferas. En el extremo sur hay buen pasto. Entre la fauna pueden encontrarse llamas, vicuñas, guanacos, pumas, lobos andinos y la chinchilla entre otros animales.

Educación: La educación en Chile está basada fundamentalmente en el sistema europeo. El sistema educacional es administrado por el gobierno a través del ministerio de educación. El 93% de la población está alfabetizada, uno de los más altos de América Latina.

En Chile conduce intensa campaña de educación para adultos, así como un amplio programa de educación escolar y preescolar.

Cultura: Predomina un contraste entre dos culturas: una cultura cosmopolita en la población urbana y una cultura más popular que tiene influencia predominantemente española, pero contiene raíces araucanas. Estas influencias son muy marcadas en la música y la danza chilenas. Chile tiene una fuerte tradición literaria, donde se destacan dos Premios Nobel de Literatura: Gabriela Mistral y Pablo Neruda, ambos poetas.

Salud: La mayoría de la población goza del seguro médico, auspiciado por el Servicio Nacional de la Salud. Los trabajadores reciben pensión y algunos beneficios de salud y seguridad social.

Gobierno: El gobierno chileno se basó en la Constitución de 1925 hasta el golpe de estado de 1973. Se aprobó una nueva constitución en 1980, pero no se puso en vigor hasta 1989. El poder ejecutivo se ejerce por el presidente que se elige por elecciones populares por un período de 4 años y se apoya en un gabinete presidencial.

(neuroc99, 2016)

2.2.1.3. Macro ambiente del negocio.

2.2.1.3.1. Condiciones Económicas.

La economía de Chile es la quinta mayor economía de América Latina en términos de producto interno bruto (PIB) nominal, y la quinta en cuanto al PIB a precios de paridad de poder adquisitivo (PPA). Chile posee la renta per cápita más elevada de América Latina y pertenece a la categoría de países de ingresos altos según el Banco Mundial.

TABLA #2. INDICADORES DE CRECIMIENTO

INDICADORES DE CRECIMIENTO	2013	2014	2015	2016	2017
PIB (miles de millones de USD)	277,07	258,71	240,23	234,90e	242,64
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	4,0	1,8	2,3	1,7e	2,0
PIB per cápita (USD)	15.714	14.519	13.342e	12.910e	13.196
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-1,0	-1,5	-2,0	-2,5e	-1,8
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	12,8	15,1	17,5	20,4e	23,3
Tasa de inflación (%)	1,9	4,4	4,3	4,0e	99
Tasa de paro (% de la población activa)	5,9	6,4	6,2	7,0	7,6
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-10,31	-3,32	-4,77	4,55e	-5,90
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-3,7	-1,3	-2,0	-1,9e	-2,4

FUENTE: (World Economic Outlook Database, 2017)
AUTORA: LUISA SANTANA

Principales sectores económicos.

La economía chilena está dominada por el sector industrial y los servicios, que juntos aportan más del 96% del PIB. Los principales sectores de actividad son la producción minera (cobre, carbón y nitrato), los productos manufacturados (procesamiento agroalimentario, productos químicos, madera) y la agricultura (pesca, viticultura y frutas).

El sector agrícola aporta casi el 4% del PIB, el sector industrial representa alrededor de un tercio y el sector servicios ha ganado importancia y contribuye actualmente con el 63,2% del PIB. Alrededor del 9% de la población trabaja en el sector agrícola, el 24% en la industria y el 67% en los servicios. El turismo está creciendo y en 2016 visitaron el país 5,64 millones de turistas. La caída del precio del petróleo ha impulsado las inversiones en energías renovables, que aportarán el 20% de la producción energética del país en 2020.

Los tres mayores desafíos para la economía chilena son: superar su tradicional dependencia del precio del cobre (la producción de cobre representa el 50% de las exportaciones del país), desarrollar una producción alimentaria autosuficiente (la producción agrícola cubre menos de la mitad de las necesidades del país) y aumentar la productividad, en particular en el sector minero.

La agricultura y la ganadería son las principales actividades en el centro y sur del país. La exportación de frutas y verduras ha alcanzado niveles históricos gracias a la estrategia que se puso en marcha durante los años 90 para introducirse en los mercados europeos, norteamericano y asiático. La ubicación de Chile en el hemisferio sur le permite ofrecer frutas fuera de temporada a los países del hemisferio norte.

(World Bank, 2016)

TABLA #3. ACTIVIDAD ECONÓMICA POR SECTOR

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	9,6	23,1	67,3
Valor añadido (en % del PIB)	3,9	32,8	63,3
Valor añadido (crecimiento anual en %)	4,3	1,2	2,8

FUENTE: (World Bank , 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

Cifras del Comercio Exterior

En la siguiente tabla se refleja las importaciones y exportaciones de Chile en los últimos 5 años, a partir del 2011:

TABLA #4. CIFRAS DEL COMERCIO EXTERIOR

Indicadores de comercio exterior	2011	2012	2013	2014	2015
Importación de bienes (millones de USD)	74.695	80.073	79.249	72.159	63.039
Exportación de bienes (millones de USD)	81.438	77.791	76.477	75.675	63.362
Importación de servicios (millones de USD)	16.178	15.131	15.855	14.724	13.444
Exportación de servicios (millones de USD)	13.105	12.387	12.452	10.967	9.737

FUENTE: (World Trade Organisation, 2017)

AUTORA: LUISA SANTANA

2.2.1.2. Micro ambiente externo Santiago de Chile

Santiago de Chile es la capital y principal núcleo urbano de Chile. El área metropolitana denominada Gran Santiago y corresponde a la capital de la Región Metropolitana de Santiago. Es la quinta área metropolitana más poblada de Hispanoamérica, también la séptima ciudad más habitada de América latina y una de las aglomeraciones urbanas más pobladas del mundo.

(Welcome Chile, 2015)

IMAGEN # 4. BANDERA SANTIAGO DE CHILE



FUENTE: (Welcome Chile, 2015)

AUTORA: LUISA SANTANA

Santiago es una de las ciudades “top” con oportunidades de negocios a nivel internacional y cimienta una imagen de tranquilidad, limpieza y calidad de vida por los visitantes. En Santiago se desarrolla la vida cívica del país, ahí está la Moneda (el palacio de gobierno), la Plaza de Armas y edificios importantes del poder judicial y ejecutivo. Con sus museos y paseos peatonales, el centro es un espectáculo. La mayor virtud de Santiago es que está cerca de los centros de sky y del puerto de Valparaíso, Viña del Mar y otros centros de veraneo a orillas del Pacífico donde la nieve y el mar están al alcance.

TABLA # 5. POBLACIÓN SANTIAGO DE CHILE

Población 2016	
Densidad	480,4 hab/km ²
Metropolitana	7.399.042 hab

FUENTE: (Ine, 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

Economía

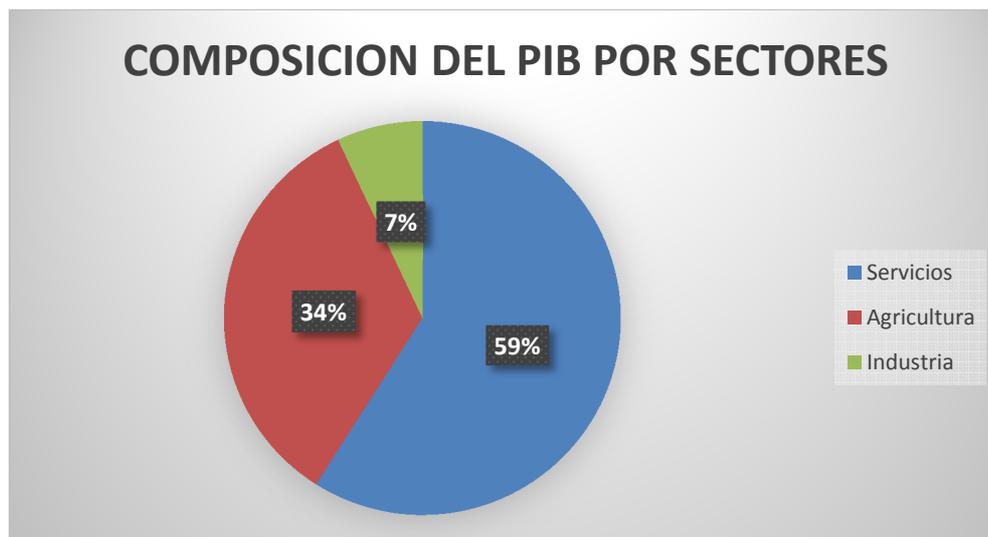
La economía de Santiago de Chile exhibe una gran actividad en toda la ciudad. Existen determinadas áreas en donde se concentran lo relacionado con las finanzas. La calidad de vida de la población es una de las mejores de la región: atendiendo al promedio de los ingresos, ocupa el quinto escalafón después de Ciudad de México, Buenos Aires, San Pablo y Río de Janeiro. La tasa de crecimiento de la metrópolis alcanza una cifra cercana al 4% anual. Los factores que facilitan el auge de la economía es el turismo internacional. La ciudad simboliza un atractivo y es muy visitado por personas de distintas nacionalidades, atraídas por las bellezas naturales y por el rico patrimonio histórico y cultural que ostenta. La capital chilena posee un alto desarrollo económico, uno de los más elevados de Latinoamérica. La ciudad es la puerta de ingreso al territorio nacional gracias a la presencia del Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez y el paso trasandino Los Libertadores. La economía y negocios de Santiago de Chile definen parte de la vida social de la capital del país. (Welcome Chile, 2015)

Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido en su PIB llegando al 2015 a USD

\$100.872 mil millones con una tasa crecimiento 0,30%

(Banco Mundial, 2015)

GRÁFICO #1. COMPOSICIÓN DEL PIB POR SECTORES



FUENTE: (Banco Mundial, 2017)

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA # 6. PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS

Datos económicos	2011	2012	2013	2014	2015
PIB (millones)	79.276	87.924	94.776	100.017	100.871
PIB per Cápita	5.098	5.456	5.932	4.353	4.298
Exportaciones (millones)	22.322	3.765	24.958	25.730	18.330
Importaciones (millones)	23.152	24.205	26.042	27.515	21.387
Inflación (%)	5,41	4,16	2,70	3,67	3,38
Desempleo (%)	4,4	3,9	4,3	4,54	5,48

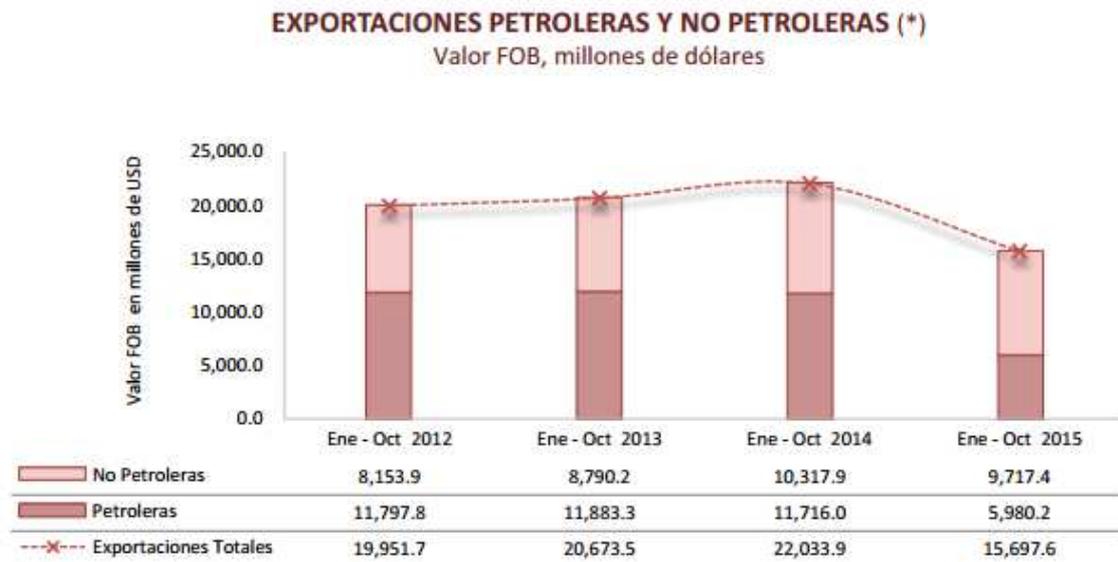
FUENTE: (Banco Mundial, 2017)

AUTORA: LUISA SANTANA

Principales productos de Exportación

Las exportaciones en el periodo enero – octubre de 2015, alcanzaron USD 15,697.6 millones, en términos relativos fueron menores en -28.8% (USD 6,336.3 millones) con relación a las ventas externas registradas en los mismos meses de 2014 (USD 22,033.9 millones).

IMAGEN #6. EXPORTACIONES PETROLERAS Y NO PETROLERAS



FUENTE: (Banco Central del Ecuador, 2015)

AUTORA: LUISA SANTANA

Indicadores sobre la posición relativa del Ecuador en el mundo

Posición en la producción mundial de productos industriales, materias primas y alimentos.

- ✓ Quinto productor de crudo de América Latina.
- ✓ Tercer abastecedor latinoamericano de petróleo a Estados Unidos.
- ✓ Primer exportador mundial de banano.
- ✓ El camarón es el segundo producto de exportación no petrolero, siendo uno de los principales abastecedores a nivel mundial.
- ✓ Mayor proveedor de cacao fino y de aroma del mundo.
- ✓ Es uno de los pocos países del mundo que produce dos variedades de café: arábigo y robusta.

- ✓ Primer exportador mundial de palmito.
- ✓ Tercer exportador mundial en flores.
- ✓ Primer productor de rosas. (proecuador.gob.ec, 2016)

Relación bilateral Ecuador y Chile

Balanza Comercial de las importaciones y exportaciones entre Ecuador y Chile.

IMAGEN #7 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR- CHILE



FUENTE: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones , 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

Como refleja el cuadro estadístico la balanza comercial es positiva lo cual significa que ambos países tienen una buena relación comercial.

Principales productos Exportados por Ecuador a Chile

IMAGEN # 8 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A CHILE.



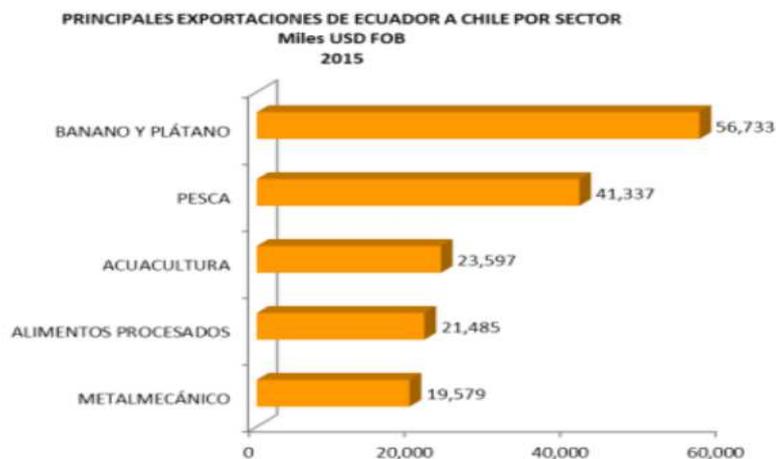
FUENTE: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

Principales exportaciones de Ecuador a Chile por sector

En la imagen se observan distribuidos (por miles UDS FOB) los 5 sectores de las principales exportaciones de Ecuador a Chile, en la cual la acuicultura (conjunto de actividades, técnicas y conocimientos de crianza de especies acuáticas vegetales y animales como el camarón) ocupa el tercer lugar siendo así otro aspecto a favor del proyecto.

IMAGEN #9. PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ECUADOR A CHILE POR SECTOR



FUENTE: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

2.2.2. Análisis de la Industria.

2.2.2.1. Antecedentes Generales y Evolución de la Industria.

La industria camaronesa se inicia en el Ecuador a finales de la década de los sesenta, cuando se empieza la explotación de las pampas salinas o salitrales y, por su rentabilidad, se amplía a tierras agrícolas y manglares. En los ochenta, esta actividad había crecido un 600%, posicionando al Ecuador entre los primeros exportadores a escala mundial.

La crisis del camarón llegó a finales de los noventa, como consecuencia del virus de la mancha blanca, lo cual provocó una caída en la producción que pasó de 250 millones de libras a 80 millones. Desde el 2006 la producción nacional recupera su volumen y en el 2012 se exportaron 450 millones de libras. Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones **Pro Ecuador**, las exportaciones del camarón generaron divisas por USD 1276,9 millones durante el 2012, y fueron el segundo rubro en exportaciones no petroleras del país, tras el banano.

Según José Camposanto, presidente de la Cámara Nacional de Acuicultura, el rendimiento por hectárea pasó de 1200 libras en 1998 a 2400 libras en la actualidad, superando a sus principales competidores asiáticos.

El avance del camarón y su aceptación ha sido tan grande que ahora hay muchas empresas no solo dedicadas a producción y exportación del mismo, sino creando productos derivados de este con presentaciones únicas que siempre llaman la atención de posibles clientes. (Machado, 2013)

2.2.2.2. Análisis estructural del sector industrial. 5 fuerzas de Porter.

GRÁFICO # 2. FUERZAS DE PORTER



AUTORA: LUISA SANTANA.

2.2.2.3. Identificación y caracterización de la competencia

❖ DON CAMARÓN

Don camarón Chile es una empresa importadora, comercializadora y distribuidora de productos congelados del mar, como camarones, pescados y mariscos, provenientes de países como Ecuador, China y Vietnam, además de productos nacionales.

Avenida Nataniel Cox 2015 Santiago, Chile

Email: ventas@doncamaron.cl

Teléfono: (56) 2 2551 9105

Web: <http://doncamaron.cl>

❖ EMPAGRAN

EMPAGRAN Chile S.A. (EGC S.A.) se crea con el objetivo de satisfacer y cubrir el constante crecimiento que tenía el mercado gastronómico en Chile.

Alonso de Berríos 5979, Peñalolén, Santiago

Teléfono: (56-2) 22389750

Web: <http://www.empagran.cl/>

❖ NIRSA S.A.

Negocios industriales Real S.A. (NIRSA) es uno de los principales exportadores de conservas de atún del Ecuador llegando a más de 25 países alrededor del mundo con sus productos.

Avenida Arnulfo arandia y vía a la real, Psora

Teléfono: 2228410

Web: <http://www.nirsa.com/>

2.2.2.4. Dimensionamiento de la oferta actual y potencial.

Para realizar el dimensionamiento de la oferta actual y potencial, se tomó como referencia la producción nacional de Chile, a partir del año 2012, así mismo las importaciones y exportaciones para obtener el consumo nacional aparente.

TABLA #7. CONSUMO NACIONAL APARENTE

Consumo Nacional Aparente					
Año	Producción	Importación	Exportación	C.N.A (Tm)	C.N.A (kg)
2012	5.663	2.917	3532	5.048	5.048.000
2013	6.890	3.047	3775	6.162	6.162.000
2014	8.337	3.791	4568	7.560	7.560.000
2015	10.087	4.321	4564	9.844	9.844.000
2016	13.956	4.621	4319	14.258	14.258.000

FUENTE: TRADEMAP, ODEPA, AQUA

AUTORA: LUISA SANTANA

2.2.2.5 Dimensionamiento de la demanda actual y potencial.

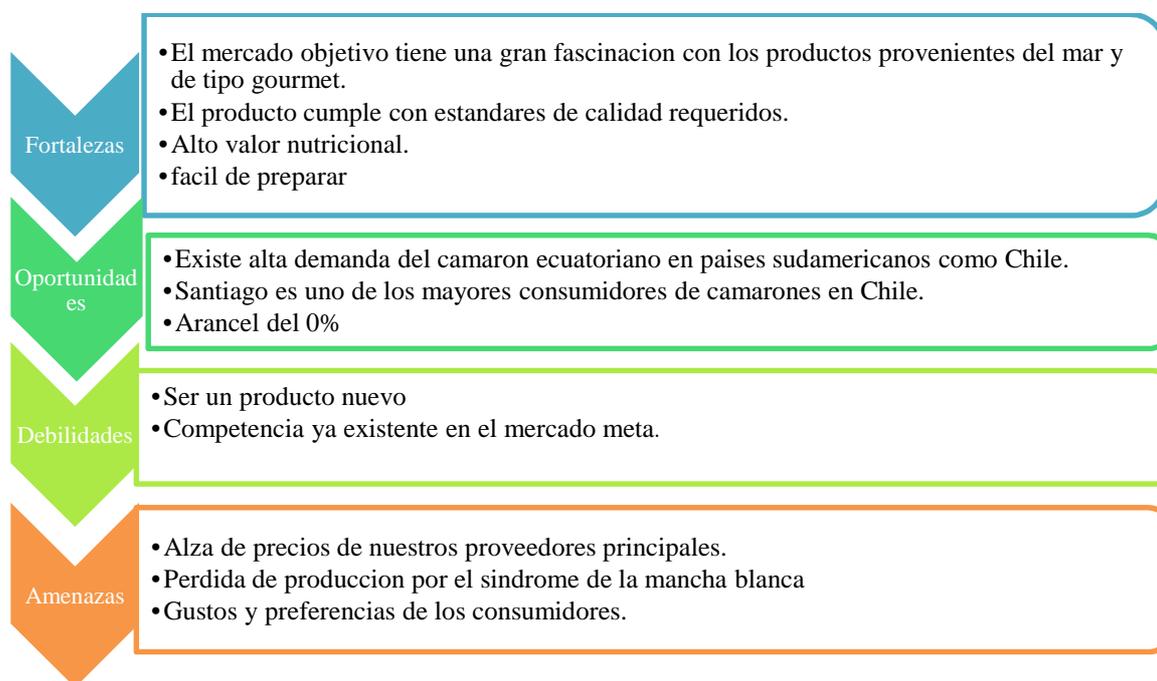
TABLA #8. DIMENSIONAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL

Dimensionamiento de la Demanda									
Año	CNA Kg.	Habitantes	Cons. Per Cápita Kg	Cons. Per Capita Rec. Kg	Consumo Total Recomendado Kg	Demanda Insatisfecha Kg	Santiago de Chile (2,06)	Export. Anual	Cobertura %
2012	5.048.000	17.390.000	0,290	7,50	130.425.000	125.377.000			
2013	6.162.000	17.580.000	0,351	7,50	131.850.000	125.688.000			
2014	7.560.000	17.669.240	0,428	7,50	132.519.300	124.959.300			
2015	9.844.000	17.855.394	0,551	7,50	133.915.455	124.071.455			
2016	14.258.000	18.045.911	0,790	7,50	135.344.333	121.086.333			
2017	15.205.000	18.238.461	0,834	7,50	136.788.458	121.583.458	2.504.619	144.000	6%
2018	17.415.200	18.385.879	0,947	7,50	137.894.093	120.478.893	2.481.865	151.200	6%
2019	19.625.400	18.555.238	1,058	7,50	139.164.288	119.538.888	2.462.501	158.760	6%
2020	21.835.600	18.724.598	1,166	7,50	140.434.483	118.598.883	2.443.137	166.698	7%
2021	24.045.800	18.893.957	1,273	7,50	141.704.678	117.658.878	2.423.773	175.033	7%

FUENTE: TRADEMAP, OEPA, AQUA

AUTORA: LUISA SANTANA

2.2.3. Análisis FODA.



2.2.4. Viabilidad estratégica de invertir.

Este plan de negocios es viable por las siguientes características.

Atractividad: Oportunidades.

- Tendencia del mercado por consumir camarón y sus derivados.
- Preferencia del mercado por empresas ecuatorianas.
- Mercado insatisfecho.

Competitividad Fortalezas.

- Se oferta un producto de calidad, exquisito y nutritivo.
- El producto tiene una presentación única y diferente.

2.3. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.

2.3.1. Visión y Misión

2.3.1.1. Visión

Ser la empresa líder en el mercado meta de productos a base de camarón con valor agregado de excelente calidad, satisfaciendo así las necesidades y deseos de los clientes.

2.3.1.2. Misión

Producir, comercializar y exportar “bolitas de camarón” dando a conocer las distintas maneras de consumir el camarón ecuatoriano, fácil de preparar y con un alto valor nutricional.

2.3.2. Objetivos estratégicos

2.3.2.1. Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la exportación de bolitas de camarón al mercado de Santiago, Chile.

2.3.2.2. Financiero

-  Crear un plan financiero para conocer la rentabilidad y factibilidad que generara el proyecto.
-  Conocer las necesidades financieras para llevar a cabo el proyecto.
-  Establecer un precio estratégico frente a la competencia.

2.3.2.3. No Financiero

-  Analizar los gustos y preferencias de los consumidores para mejorar el producto.
-  Analizar el comportamiento de los consumidores frente al precio del producto.
-  Buscar plazas de mayor actividad comercial para ofertar el producto.

2.3.3. Estrategias

2.3.3.1. Cartera de Productos.

Las bolitas de camarón serán sostenidas con fundas al vacío con un contenido de 450 gramos.

IMAGEN #10. BOLITAS DE CAMARÓN



AUTORA: LUISA SANTANA

2.3.3.1.1 Matriz BCG

IMAGEN #11. MATRIZ BCG



FUENTE: (Escolares, 2014)

AUTORA: LUISA SANTANA

Frente al gran consumo de camarón en Santiago de Chile, se considera que las bolitas de camarón son un producto estrella debido a que el camarón ecuatoriano en las últimas décadas ha tenido una gran demanda por varios países a nivel mundial entre ellos Chile.

A pesar de ser un producto nuevo no se considera un producto incógnita debido a que es netamente derivado del camarón con un valor agregado.

2.3.3.2. Estrategia Genérica de desarrollo.

Las estrategias genéricas de desarrollo son utilizadas por las empresas para superar a los competidores, en este caso se utilizara la estrategia de DIFERENCIACIÓN, ya que su calidad, presentación y aporte nutricional hacen que sea un producto exclusivo.

2.3.3.3. Estrategias de crecimiento.

La Matriz de Ansoff, también denominada matriz producto-mercado, es una de las principales herramientas de estrategia empresarial y de marketing estratégico. Fue creada por el estratega Igor Ansoff en el año 1957. Esta matriz, es la herramienta perfecta para determinar **la dirección estratégica de crecimiento de una empresa**, por tanto solamente es útil para aquellas empresas que se han fijado objetivos de crecimiento. (Espinosa, 2015)

2.3.3.4. Penetración de mercado

ESTRATEGIA	DETALLE
<p align="center">PENETRACIÓN DE MERCADO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se utilizará esta estrategia porque es una empresa nueva y se recurrirá a la utilización de publicidad, promociones, muestreo entre otros para hacer conocer el producto en el mercado objetivo. ➤ Además, para lograr insertar las Bolitas de camarón hacia el mercado meta se contará con un intermediario, el cual será el encargado de distribuir el producto a los distintos puntos de venta como: restaurantes, supermercados, u otros, para que lleguen al consumidor final.

2.3.3.5. Desarrollo de nuevos mercados

ESTRATEGIA	DETALLE
<p align="center">EXPANSIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ De acuerdo a la investigación que se ha realizado en este proyecto, Chile es un país que consume mucho el camarón, y en base a esto se pretende expandir el envío de bolitas de camarón a las demás ciudades

con gran población de este país.

2.3.3.6. Desarrollo e Innovación del Producto

ESTRATEGIA	DETALLE
DESARROLLO DEL PRODUCTO	➤ Luego de penetrar el mercado y ser reconocidos, se pretende ofertar nuevas presentaciones del producto y diferentes usos para el mismo.

2.3.3.7. Diversificación

ESTRATEGIA	DETALLE
DIVERSIFICACIÓN	➤ Luego de estar posicionados en el mercado meta, se buscara nuevos mercados en los cuales se puedan desarrollar nuevos productos que sean novedosos y cautivantes para el consumidor

2.3.4. Sistema de Valores

2.3.4.1. Valores Finales

En este proyecto se determinó adquirir los siguientes valores:

 **Respeto**

 **Puntualidad**

 **Aseguramiento de la calidad**

 **Sostenibilidad del medio ambiente**

 **Responsabilidad Social Empresarial:** La empresa asumirá este valor como un pilar fundamental para cada uno de sus procesos, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico sostenible, por medio de la colaboración con sus empleados, la comunidad local y la sociedad en general, a fin de mejorar la calidad de vida.

2.3.4.2. Valores Operacionales

En el proyecto se han considerado los siguientes valores operacionales:

 **Innovación**

 **Liderazgo empresarial:** Dirigir la empresa a fin de encaminarla al desarrollo por medio de la toma correcta de decisiones y la correcta determinación de las oportunidades con las que se cuenta.

 **Trabajo en equipo**

 **Ética**

 **Calidad**

CAPITULO 3. PLAN COMERCIAL

3.1. OBJETIVO DEL CAPITULO

El objetivo principal será determinar la capacidad de producción de la empresa, con sus respectivos procesos técnicos y de comunicación organizacional para así lograr obtener un mejor funcionamiento.

3.2. ANALISIS DEL MERCADO REFERENCIA

3.2.1. Tipo y estructura de mercado.

Chile tiene un mercado dinámico pero dominado por unas pocas empresas importadoras y distribuidoras muy activas y con buen financiamiento, además el dominio que posee el camarón ecuatoriano representa una entrada muy importante para el proyecto que se presenta. A otros exportadores de otros países puede resultarles muy difícil competir con proveedores ecuatorianos en este mercado en costes, economía de escala y logística. Por ello se debe dar prioridad a estrategias de diferenciación que destaquen atributos relevantes para el consumidor chileno, tales como la calidad, la forma de presentación y el proceso de productos a base de camarón.

La ciudad de Santiago, Chile donde está enfocado el producto es el mercado más grande del país con una enorme cantidad de turistas y habitantes con gustos y preferencias culinarias altas como lo es el producto del proyecto.

(MIFIC, 2012)

3.2.2. Identificación y análisis de segmentos de mercado objetivo.

✓ **Mercado objetivo:**

Adolescentes

Adultos

- Adultos mayores
- ✓ **Consumidores:**
 - Clase baja
 - Clase media
 - Clase alta

3.2.3. Identificación y análisis de la competencia directa.

La competencia directa para EComarón son las empresas importadoras que distribuyen camarón y sus derivados, principalmente de Ecuador seguido por Vietnam entre otros. Así como también una empresa ecuatoriana exportadora que sus productos son más similares al que se presenta en proyecto.

Entre estas tenemos a:

IMAGEN #12. COMPETENCIA DIRECTA



FUENTE: (Revista Ekos, 2016) / (Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio, 2016)

AUTORA: LUISA SANTANA

3.2.4. Demanda insatisfecha del mercado de referencia.

TABLA #9. DEMANDA INSATISFECHA DE CONSUMO DE CAMARÓN.

Año	Oferta (Kg.)	Demanda (Kg.)	Demanda Insatisfecha (Kg.)
2012	5.048.000	130.425.000	125.377.000
2013	6.162.000	131.850.000	125.688.000
2014	7.560.000	132.519.300	124.959.300
2015	9.844.000	133.915.455	124.071.455
2016	14.258.000	135.344.333	121.086.333
2017	15.205.000	136.788.458	121.583.458
2018	17.415.200	137.894.093	120.478.893
2019	19.625.400	139.164.288	119.538.888
2020	21.835.600	140.434.483	118.598.883
2021	24.045.800	141.704.678	117.658.878

FUENTE: TABLA #6
AUTORA: LUISA SANTANA

3.2.5. Demanda que atenderá el proyecto.

TABLA #10. COBERTURA QUE SE DARÁ A LOS CONSUMIDORES DE SANTIAGO

Año	Demanda Insatisfecha Kg	Santiago de Chile (2,06)	Exportación Anual	Cobertura %
2017	121.583.458	2.504.619	144.000	6%
2018	120.478.893	2.481.865	151.200	6%
2019	119.538.888	2.462.501	158.760	6%
2020	118.598.883	2.443.137	166.698	7%
2021	117.658.878	2.423.773	175.033	7%

FUENTE: TABLA #7
AUTORA: LUISA SANTANA

En la tabla se puede observar como en los 3 primeros años la cobertura será de un 6% y en los dos años siguientes será de 7%, es decir aumentara por la gran aceptación y demanda del producto.

3.3. PLAN COMERCIAL

3.3.1. Objetivos del plan comercial.

- ✚ Innovar de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.
- ✚ Promocionar el producto para lograr un posicionamiento en el mercado.

3.3.2. Mix de marketing

3.3.2.1. Auditoría y estrategia de producto.

- ✚ Presentación llamativa
- ✚ Fácil de preparar
- ✚ Valor nutricional alto

3.3.2.2. Adaptación o modificación requerida.

La materia prima del producto es el camarón que ha sido previamente pelado y desvenado, luego de eso pasa por otros procesos para darle la forma de una circunferencia y se le va incorporando el demás valor agregado con el cual cuenta el producto.

3.3.2.3. Atributos y beneficios del producto.

Para la transformación completa del camarón el valor agregado que se le da contiene: miga de pan, harina de trigo fortificada para panificación, agua purificada, huevo y sal.

Beneficios del producto.

- ✚ No le tomara más de 3 minutos prepararlo.
- ✚ Utilización en reuniones y fiestas como bocaditos deliciosos.
- ✚ Disfrutar de un alimento rico y sano.
- ✚ El camarón contiene vitamina B12 que es importante para el funcionamiento del cerebro y esencial para la formación de células sanguíneas. sanguíneas.
- ✚ Son una buena fuente de ácidos grasos omega-3, que reducen el riesgo de problemas cardiovasculares al disminuir el colesterol en la sangre.

3.3.2.4. Componente de envase.

El envase para la exportación será:

Cajas de cartón.

IMAGEN # 13. CAJA DE CARTÓN



FUENTE: MERCADO LIBRE

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA # 11. UNIDADES Y PRECIO (CARTÓN)

Unidades	1.682
Precio unitario	0,60

AUTORA: LUISA SANTANA

Fundas de empaque al vacío.

Cada funda llevara la información y logo correspondiente.

GRAFICO # 14. FUNDAS DE EMPAQUE AL VACÍO



FUENTE: MERCADO LIBRE

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA # 12. UNIDADES Y PRECIO (FUNDAS DE EMPAQUE AL VACÍO)

Unidades	16.821
Precio unitario	0,15

AUTORA: LUISA SANTANA

3.3.2.5. Estrategia de marca.

Marca: EComarón – Bolitas de Camarón

Eslogan: Es ecuatoriano y se nota.

ETIQUETA

IMAGEN # 15. ETIQUETA FRONTAL



GRÁFICO # 16. ETIQUETA REGLAMENTARIA

Elaborado por: EComarón S.A.
 Vía Manta-Rocafruerte
 Manta-Manabí-Ecuador
 www.ecamaron.com

Lote N° 123456
 Fecha de Elaboración:
 Fecha de Vencimiento:

Información Nutricional	
Por ración (150g)	
Energía (kcal)	57
Proteínas (g)	12,1
Colesterol (mg)	134,6
Calcio (mg)	54,5
Hierro (mg)	1,1
Magnesio (mg)	23,5
Sodio (mg)	131,1
Potasio (mg)	227,7
Fósforo (mg)	124,2
Ac. Fólico	8,3
Vit. B12	4,8
Vit.	2



Facil, Nutritivos y deliciosos.
 Disfruta del camarón en presentaciones distintas
 Y con el mismo rico sabor, para
 compartir con tu familia y amigos en fiestas, reuniones
 y en sus comidas diarias.

AUTORA: LUISA SANTANA

3.3.2.6. Auditoría y estrategia de precio.

3.3.2.6.1. Términos de venta (INCOTERMS).

Para la negociación hemos decidido utilizar el término de venta FOB. En el cual el exportador deberá cubrir todos los gastos de colocación a la borda del buque y pago de aranceles. Cualquier percance será asumido por el exportador hasta que la mercadería está embarcada en el buque, una vez abordada la mercancía el importador asume la responsabilidad, el mismo que deberá cancelar la naviera, seguro y transporte hasta el lugar de destino.

3.3.2.6.2. Partida Arancelaria.

La partida arancelaria para las bolitas de camarón empacadas al vacío es 0306.19.00.00 correspondiente a --Los demás, incluidos la harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana. Ubicados en la partida 03.06. Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y "pellets" de congelados.

Las bolitas de camarón registran un arancel del 0% en el mercado de destino

(Aduanet, 2017)

3.3.2.6.3. Comparativos de precios con la competencia.

TABLA # 13. COMPARACIÓN DE PRECIOS CON LA COMPETENCIA

Empresa	Peso chileno		Dólares	
	desde	hasta	desde	hasta
NIRSA	5.348,00	8.022,00	\$8,00	\$12,00

FUENTE: (NIRSA, 2017)

AUTORA: LUISA SANTANA

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

El cambio de moneda no afectará ya que la negociación se hará en dólares.

3.3.3.1. Tipo de cambio de moneda.

661,6934 Peso chileno (CLP) equivalen \$1,00 Dólar.

3.3.3.2. Precio de venta unitario (Exportación)

El precio de venta en dólares del producto unitario será \$ 6,20 que equivalen 4.102,50 (CLP).

3.3.3.3. Métodos de cobro/pago internacional.

El método de cobro que se utilizara será depósitos bancarios.

3.3.4. Auditoria y Estrategia de distribución.

3.3.4.1. Modo de transporte.

Los productos serán transportados desde las instalaciones de la empresa al puerto de Guayaquil vía terrestre, para ello se contara con los servicios de transporte nacional de TRAMACOEXPRESS CIA. LTDA.

3.3.4.2. Puerto/aeropuerto de origen y destino.

Se utilizara el puerto de Guayaquil CONTECON para enviar la mercadería. Como puerto destino está el puerto de San Antonio el cual está ubicado en Santiago.

3.3.4.3. Ruta de exportación.

Para el traslado del producto desde Manta hasta su destino Santiago se descompone en 2 secciones:

1. La primera sección de la ruta es desde Manta hasta el puerto de Guayaquil vía terrestre.
2. La segunda sección de la ruta es desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de San Antonio en Santiago, Chile vía marítima.

3.3.4.4. Regulaciones de marcas y etiquetas origen/destino.

Todos los artículos deben indicar la siguiente información en la etiqueta, la misma que debe ser visible en la etiqueta del artículo:

- ✓ Nombre (descripción del producto).
- ✓ País de origen.
- ✓ Principales herramientas utilizadas.

3.3.4.4.1. Embalaje.

Para la exportación se utilizaran cajas de cartón con las siguientes medidas.

TABLA # 14. MEDIDAS DEL CARTÓN

Medidas del cartón	
Alto	111mm
Ancho	274mm
largo	388mm

3.3.4.4.2. Documentación.

La factura comercial (la cual deberá ir la original acompañada de tres copias, declarando "Factura Original" y firmada a mano por la autoridad responsable de la empresa, aclarando su nombre y cargo).

Incluyendo los siguientes datos:

- Numero de factura
- Lugar y fecha de emisión
- Nombre completo y dirección del exportador
- Nombre completo y dirección del consignatario
- Denominación y descripción del producto
- Cantidad con indicación de la unidad de medida
- Precio unitario y total
- Moneda e transacción
- Condiciones de pago y entrega (Incoterms)
- País de origen
- Puerto de embarque
- Medio de transporte
- Lugar de entrega
- La siguiente declaración

"Declaro bajo juramento que los precios consignados en esta factura comercial son los realmente pagados o a pagarse, y que no existe convenio alguno que permita su alteración, y que todos los datos referentes a la calidad, cantidad, valor, precios, etc., y descripción de la mercadería concuerdan en todas sus partes con lo declarado en la correspondiente shipper's export declaration."

3.3.4.4.3. Seguro.

Se contratará un transporte interno para transportar el producto desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.

Los requisitos son:

- Llenar formulario de cliente.
- Copia de la Escritura de Constitución y de sus reformas, (Si existen).
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal o Apoderado.
- Nómina de accionistas o socios, otorgada por el órgano de control o registro competente.
- Certificados de cumplimiento de obligaciones otorgado por el órgano de control competente, de ser aplicable (SRI, IESS, Superintendencias, etc..)
- Estados financieros, mínimo un año atrás.
- Copia de recibo de cualquier servicio básico.
- Documentos de la persona que firma autorizada de la empresa.
- Copia de documento de identificación del cónyuge o conviviente del representante legal o apoderado.
- Una vez cumplidos todos los requisitos y aprobados se podrá ser cliente de la compañía de seguros y se podrá contratar una póliza de seguros.
- La movilización deberá ser solo en horas solares.

3.3.4.4. Normas legales, calidad y buenas prácticas.

El acuerdo sobre obstáculos técnicos al comercio tiene como objeto asegurar que los reglamentos técnicos y las normas, incluidos los requisitos de envase y embalaje, marcado y etiquetado no constituyan un medio de discriminación arbitrario.

Este es un documento que verifica las condiciones de fabricación, embalaje, calidad y embarque. A través de las Normas de Calidad se certifica el proceso productivo de la empresa.

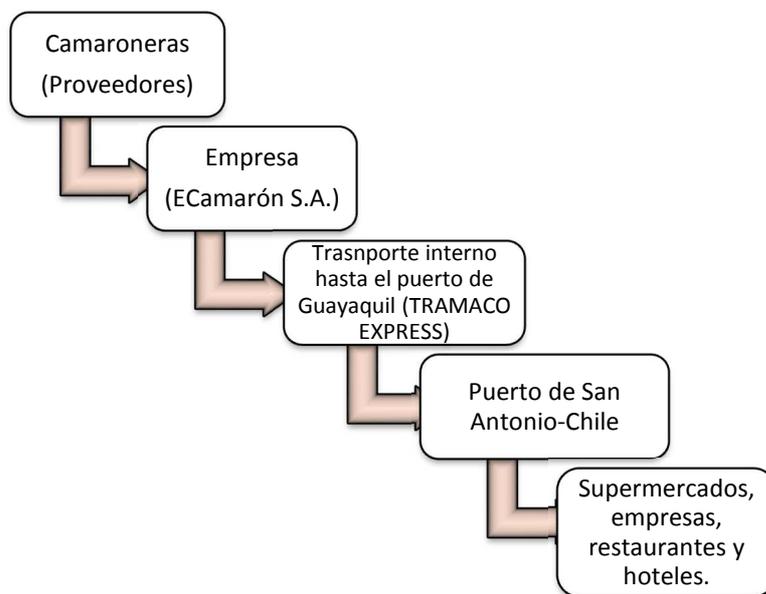
Los principios generales de higiene de los alimentos son:

- ✓ Diseño de la fábrica, establecimiento, instalaciones y equipos.
- ✓ Control de las operaciones en la fabricación.
- ✓ Mantenimiento y saneamiento.
- ✓ Higiene y capacitación del personal.
- ✓ Transporte.

3.3.4.5. Canal de distribución.

Para la exportación se contactara a un distribuidor en Santiago, quien será el encargado de lograr que el producto llegue al consumidor final. Para ello llevará un proceso que se muestra a continuación:

GRÁFICO #3. CANAL DE DISTRIBUCIÓN



ELABORACIÓN: AUTORA

3.3.4.6. Proveedores de servicio para la exportación.

Para la realización de un funcionamiento de la empresa se contara con proveedores de servicios como:

- 1.- Los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas.
- 2.- Para trasladar el producto a Chile se utilizara una Agencia Naviera para que se encargue de todos los trámites de arribo del buque.
- 3.- Por cualquier percance se contratará un Seguro para el traslado del producto desde la empresa al puerto de Guayaquil.

3.3.4.7. Operativa de comercio exterior. (Tramitología)

Se inicia con la **transmisión** electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que deberá ir acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

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

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- ✓ Factura comercial original.
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

(Proecuador, 2017)

3.3.5. Auditoria y Estrategia de Promoción.

3.3.5.1. Concepto de posicionamiento.

El posicionamiento se define como el lugar que ocupa la marca en la mente del consumidor, por tanto, podríamos definirlo como la imagen percibida por los consumidores de mi compañía en relación con la competencia. El primer concepto de importancia es que, efectivamente, el Posicionamiento es una batalla de percepciones entre mi marca y mi compañía y la de los competidores. (Fajardo, 2008)

3.3.5.2. Concepto de slogan.

El eslogan es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece. En unos casos es puramente descriptiva mientras que en otros trata de despertar una sensación. (Borges, 2015)

3.3.5.3. Métodos Interactivos (Internet)

Hoy en día el mundo y las comunicaciones giran en torno al internet, es por ello que la empresa se mantendrá en contacto con sus clientes y posibles clientes mediante una

página web en la cual se mostrarán sus productos y toda la información necesaria de la Empresa. También se contara con redes sociales como Facebook, instagram y Messenger para tener más conocimiento de sus gustos, preferencias y sugerencias.

3.3.5.4. Ferias Comerciales Internacionales.

Al momento de exportar es importante darnos a conocer, tanto a nivel nacional como internacional. Para promocionar nuestro producto participaremos en ferias de Acuicultura ya que de esta manera se conocerán nuevos clientes y oportunidades.

CAPÍTULO 4: PLAN TÉCNICO - ORGANIZACIONAL

4.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO

El objetivo principal será determinar la capacidad de producción de la empresa, con sus respectivos procesos técnicos y de comunicación organizacional para así lograr obtener un mejor funcionamiento.

4.2. PLAN TÉCNICO

4.2.1. Capacidad de producción.

La empresa ECamarón producirá mensualmente 10,90 Tm de bolitas de camarón empacadas al vacío, que expresado en libras serán 24040,39 Lb.

4.2.2. Plan de producción.

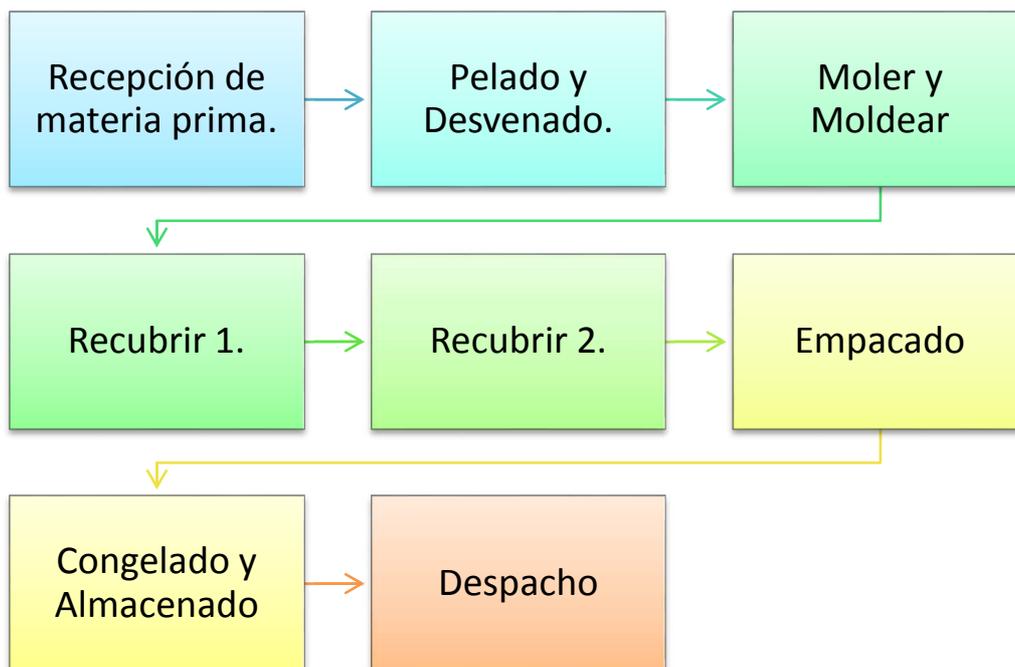
Este plan de producción se realizara mediante el abastecimiento de los proveedores con 10,90Tm que se procesaran 30 días antes del envío del contenedor, contando también con los insumos respectivos para la elaboración final del producto.

4.2.3. Localización.

La empresa ECamarón estará ubicada en la vía Manta-Rocafuerte, ya que este es un lugar adecuado para todos los procesos que se llevaran a cabo en la producción del producto.

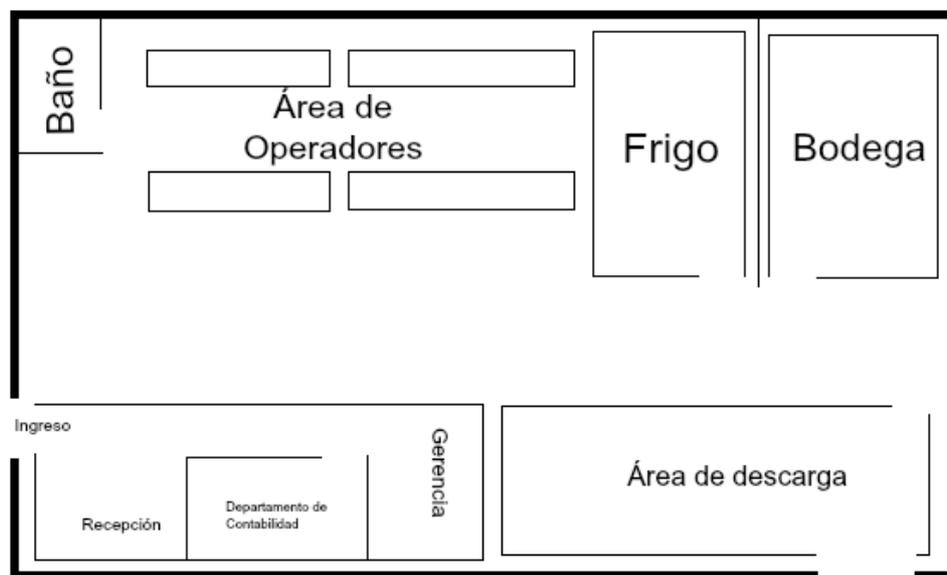
4.2.4. Proceso productivo/operacional

El proceso productivo del producto será:



4.2.5. Distribución instalaciones.

GRÁFICO # 4. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA



AUTORA: LUISA SANTANA

4.2.6. Plan de abastecimiento de materia prima

Nuestro proyecto contara con dos proveedores que son:

TABLA #15. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA

PROVEEDORES	DIRECCIÓN	PRECIOS
Piscinas camaroneras de Guayas	Guayas	\$3,00
Piscinas camaroneras de Manabí	Manabí	\$3,00

AUTORA: LUISA SANTANA

4.2.7 Plan de abastecimiento de insumos.

Los insumos a requerir son:

TABLA #16. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE INSUMOS

Insumos		
Detalle	V. U.	V. Anual
Fundas	0,15	\$ 30.278,28
Cajas de cartón	0,60	\$ 12.111,31
TOTAL		\$ 42.389,59

AUTORA: LUISA SANTANA

FUENTE: CÁLCULOS EN LA TABLA #33

4.2.8. Plan de abasteciendo de mano de obra.

La empresa se equipara con la mano de obra adecuada y calificada para cada uno de los procesos que se llevaran a cabo, realizándolos sin ningún tipo de inconveniente.

TABLA #17. SUELDOS OPERACIONALES

Sueldos Operacionales						
Cargo	N° de personal	Días laborables	Sueldo	IESS	Sueldo Total Mensual	Sueldo Total Anual
Recepción - Pelado y desvenado	2	5	\$750,00	\$70,88	\$679,12	\$8.149,44
Moedor y Recubrimiento (1 y 2)	1		\$375,00	\$35,44	\$339,00	\$4.079,25
Empacado y Congelado	2		\$750,00	\$70,88	\$679,12	\$8.149,44
Total					\$1.697,24	\$20.378,13

AUTORA: LUISA SANTANA

4.2.9. Plan de abastecimiento de Tecnología de producción.

A continuación se detallaran las maquinarias e instrumentos que serán utilizados para el proceso operacional.

Balanza.- Una balanza para pesar las libras de camarón que se adquirirán semanalmente. Costo de \$170,00

IMAGEN #17. MAQUINARIA 1 (BALANZA)



FUENTE: MERCADO LIBRE

AUTORA: LUISA SANTANA

Canecas.- tinas que contendrán los camarones previos al pelado y eviscerado. Costo de \$10,00c/u, y se adquirirán 10 que en costo total serian \$100,00

IMAGEN #18. MAQUINARIA 2 (CANECAS)



FUENTE: MERCADO LIBRE

AUTORA: LUISA SANTANA

Máquina peladora.- pela y desvena los camarones. Costo de \$ 12.000,00 se adquirirá una.

IMAGEN # 19. MAQUINARIA 3 (MAQUINA PELADORA)



FUENTE: OLX

AUTORA: LUISA SANTANA

Máquina moledora.- luego del pelado y desvenado se insertaran los camarones limpios a la máquina moledora. Costo de \$ 500,00 se adquirirán dos que en costo total serian \$1.000,00

IMAGEN #20. MAQUINARIA 4 (MAQUINA MOLEDORA)



FUENTE: MAGORITO
AUTORA: LUISA SANTANA

Máquina de bolas de camarón.- se vierte la carne de camarón molida para darle forma de albóndiga. Costo de \$1000,00 se adquirirá una.

IMAGEN #21. MAQUINARIA 5 (MÁQUINA DE BOLAS DE CAMARÓN)



FUENTE: ANKO
AUTORA: LUISA SANTANA

Máquina de empanado.- espolvorea las migas de pan uniformemente y sacude el sobrante. Costo \$2.500,00 se adquirirá una.

IMAGEN #22. MAQUINARIA 6 (MÁQUINA DE EMPANADO)



FUENTE: ANKO
AUTORA: LUISA SANTANA

Cámaras Frigoríficas.- Se adaptara un cuarto en el cual se mantendrán las bolitas de camarón empacadas al vacío a una temperatura de... Costo de la cámara \$17.071,00

IMAGEN #23. MAQUINARIA 7 (CÁMARA FRIGORÍFICA)



FUENTE: CÁMARAS FRIGORÍFICAS
AUTORA: LUISA SANTANA

Empacadora al vacío.- esta máquina es de principal importancia ya que su función será empacar al vacío y ayudar a preservar el producto. Costo de \$ 2.400,00

IMAGEN #24. MAQUINARIA 8 (EMPACADORA AL VACÍO)



FUENTE: MERCADO LIBRE
AUTORA: LUISA SANTANA

4.3. PLAN ORGANIZACIONAL.

4.3.1. Datos generales de la Empresa.

TABLA #18. DATOS DE LA EMPRESA

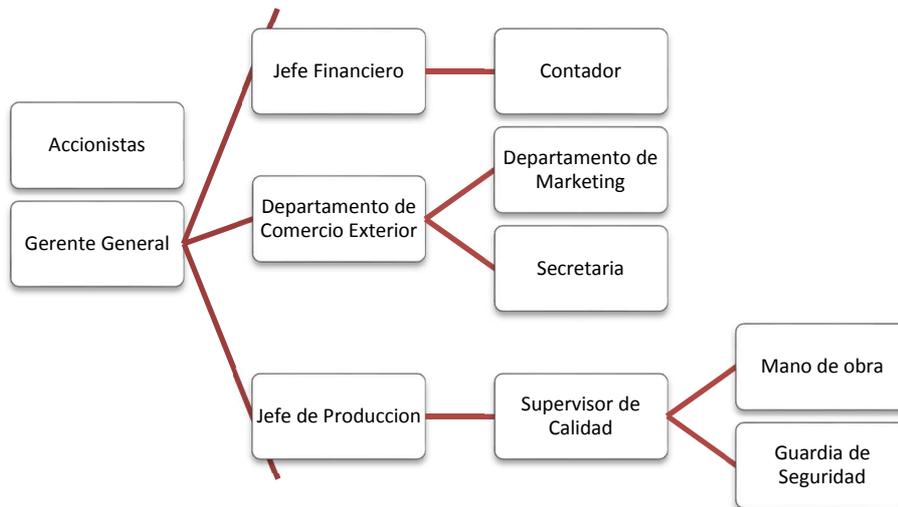
Razón Social:	ECamaron S.A.
Nombre Comercial:	Bolitas de Camarón
Tipo de Empresa:	Sociedad Anónima
RUC:	31767563
Actividad:	Exportación de bolitas de Camarón Ecuatoriano
Teléfonos:	0998032639
Página web:	www.ecamaron.com

AUTORA: LUISA SANTANA

4.3.2. Proceso de toma de decisiones.

La empresa contará con un representante legal, es decir el gerente general quien será el encargado de tomar las decisiones respectivas para el correcto funcionamiento de la Empresa. Sin embargo deberán informar a los socios.

4.3.3. Arquitectura organizacional: organigrama.



4.3.4. Distribución de Funciones y Responsabilidades

GERENTE GENERAL				
Establecer cada uno de los estatutos de la organización, incluyendo su reglamento interno.	Optimizar la utilización de recursos.	la de los	Autorizar la celebración de contratos y convenios según las pautas que se han establecido en la Empresa.	la de planes y programas futuros a desarrollarse, incluyendo el presupuesto anual.

JEFE FINANCIERO				
Crear el presupuesto del departamento de finanzas y controlar los gastos.	Fomentar el uso de créditos internos o externos para financiar proyectos de inversión.	Precautelarse que todos los activos estén debidamente asegurados.	Buscar nuevas formas de liquidez, saber cuándo apostar por un nuevo nicho de mercado.	Asesorar de manera adecuada utilización de los recursos humanos, financieros y materiales de la Entidad.

CONTADOR				
Supervisar los pagos de impuestos mensuales y patentes e impuestos prediales.	Guardar registro de las transacciones, comprobantes de ingresos y egresos, facturas, recibos y todo documento que sirva de respaldo para la Contabilidad.	Realizar los reportes requeridos por la Superintendencia de compañías, SRI y Bolsa de Valores.	Planificar el trabajo del departamento de contabilidad de tal manera que se puedan obtener los balances y estados financieros mensuales.	Preparar las actividades necesarias para el cierre oportuno de la información contable. Liquidar el estado de pérdidas y ganancias.

JEFE DE PRODUCCION				
Elaborar el presupuesto correcto para el departamento y así controlar los gastos.	Controlar el almacenamiento de los productos finales.	Crear políticas de aprovisionamiento y almacenamiento del producto fresco.	Asegurar que los pedidos sean entregados a tiempo.	Planificar y controlar el empaclado, despacho y transporte del producto.

SUPERVISOR DE CALIDAD				
Recibir y almacenar toda la materia prima y los implementos que serán utilizados en el proceso.	Verificar que los equipos y maquinarias estén funcionando de manera correcta. Así mismo controlar el buen estado de herramientas, implementos y materiales	Contar con el adecuado suministro de ventilación, extracción de olores, luz y energía.	Supervisar el uso de las buenas prácticas de manufacturas y del manual de análisis de puntos críticos de control que la consultoría diseñe para la Planta.	

DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

Estar en contacto con los clientes	Editar y registrar precios de los pedidos.	Elaborar el presupuesto adecuado para controlar todos los gastos.
Monitorear constantemente los mercados de diferentes países en busca de posibles clientes.	Seleccionar los canales de comercialización más adecuados tanto en el mercado nacional como el internacional.	

DEPARTAMENTO DE MARKETING

Crear y planear estrategias de venta.	Analizar nuevas penetraciones de mercado.
Estudiar las necesidades y deseos del cliente para adaptarlas al producto e incrementar así las ventas.	Crear publicidad atractiva para llamar la atención de los posibles clientes.

GUARDIA DE SEGURIDAD

Vigilar y dar seguridad a la empresa y a los miembros de la misma.	Controlar el acceso de personas y evitar actos delictivos.
--	--

4.3.5. Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas.

TABLA # 19. ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS

Equipos de Computación			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Computadora e Impresora	6	\$500,00	\$3.000,00

Muebles y enseres			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Escritorios	6	\$300,00	\$1.800,00
Sillas	12	\$105,00	\$1.260,00
Estanterías	8	\$85,00	\$680,00
Archivadores	2	\$200,00	\$400,00
Total			\$4.140,00

Equipos de oficina			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Acondicionadores de aire	2	\$750,00	\$1.500,00
Útiles de oficina	8	\$6,00	\$48,00
Red telefónica	1	\$485,00	\$485,00
Teléfono	6	\$20,00	\$120,00
Dispensador de agua	2	\$120,00	\$240,00
Total			\$2.393,00

AUTORA: LUISA SANTANA

4.3.6. Requerimiento de personal para áreas administrativas.

TABLA #20. ÁREA ADMINISTRATIVA

Área Administrativa	Cantidad
Gerente general	1
Jefe financiero	1
Contador	1
Jefe de producción	1
Supervisor de calidad	1
Jefe de comercialización	1
Secretaria	1
Chofer	1
Total	8

AUTORA: LUISA SANTANA

4.3.7. Marco legal relacionado a la operación de la empresa

La empresa será constituida como sociedad anónima, para esto deberá seguir los siguientes pasos:

- ❖ Tener la estructura legal de la empresa, se conformara con un mínimo de 2 socios y un máximo de 15.
- ❖ Reservar el nombre escogido. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y demora aproximadamente 30 minutos. En este organismo se revisará que no haya ninguna compañía con el mismo nombre.
- ❖ Elaborar los estatutos que son validados, a través de una minuta respaldada por un abogado y cuyo tiempo de elaboración es de tres horas.
- ❖ Abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco del país, con \$1000,00 dólares para compañía anónima; una carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.
- ❖ Elevar a escritura pública en una notaría, donde se llevará los documentos obtenidos anteriormente.

- ❖ La aprobación del estatuto. Para esto se debe presentar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías en donde se la revisará y aprobará mediante una resolución.
- ❖ El organismo de control deberá entregar cuatro copias de la resolución y un extracto para publicarlo en un diario de circulación nacional.
- ❖ Los permisos municipales son imprescindibles para funcionar, por lo que se deberá pagar la patente municipal
- ❖ Luego de todos estos trámites se podrá realizar la Junta General de Accionistas, esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa.
- ❖ Finalmente, la superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa.
- ❖ Como último paso deberá inscribirse el nombramiento del administrador de la empresa, designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación, lo que debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

4.3.8. Plan de implementación.

El plan de implementación que se ha desarrollado para la empresa es el siguiente:

TABLA #21. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Descripción	Periodo 2017-2018											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Constitución de la empresa	X											
Construcción de la empresa	X	X	X	X	X							
Adquisición de activos para áreas administrativas				X								
Adquisición de activos para áreas de producción				X	X							
Proceso de selección y contratación de personal					X	X						
Capacitación del personal						X						
Inicio de actividades de la empresa							X	X	X	X	X	X

AUTORA: LUISA SANTANA

4.3.9. Plan de acción de corto plazo

Se ha realizado un plan de acción a corto plazo, el mismo que ha sido evaluado en 5 años, a partir del 2017.

TABLA #22. PLAN DE ACCIÓN DE CORTO PLAZO

Acciones	Periodos				
	2017	2018	2019	2020	2021
Idea	x				
Estudio preliminar	x				
Estudio de pre factibilidad		x			
Estudio de factibilidad		x			
Aprobación		x	x		
Ejecución		x	x	x	x
Evaluación					x

AUTORA: LUISA SANTANA

4.4.10. Puesta en marcha

Una vez que sea probado el proyecto se podrá dar inicio a las actividades de la empresa.

Al dar inicio al proyecto se presentaran riesgos que afecten de manera directa a la empresa como:

- ✓ Ingresos menores a los previstos.
- ✓ Inesperada alza de precios de los proveedores principales.
- ✓ Poco interés de los consumidores para el producto.
- ✓ Competencia fuerte en distintos aspectos.

Para todos estos tipos de riesgos se debe tomar medidas de contingencia que ayuden a la empresa a poder enfrentar y superar estos obstáculos.

4.3.11. Plan de Contingencia

La empresa ha implementado distintas alternativas, de esta manera se podrá rescatar algo en el caso que esta quiera, como:

- ✓ Buscar otros canales de comercialización
- ✓ Asociarnos con la competencia

CAPITULO 5: PLAN FINANCIERO.

5.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO.

Analizar la factibilidad y viabilidad financiera para llevar a cabo el plan de negocio.

5.2. HORIZONTE DE TIEMPO DEL PLAN FINANCIERO (5años).

El tiempo horizonte para el plan de negocios será de 5 años.

5.3. PLAN DE INVERSIÓN.

5.3.1. Inversiones en activos fijos e intangibles.

La Empresa EComarón S.A. va a requerir de los siguientes activos fijos:

TABLA #23. ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES

Activos Intangibles	
Patentes y Permisos	\$3.500 ,00

Maquinarias			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Maquinarias	1	\$170,00	\$170,00
Canecas	10	\$10,00	\$100,00
Máquina peladora	1	\$12.000,00	\$12.000,00
Máquina moladora	2	\$500,00	\$1.000,00
Máquina de bolas de camarón	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Máquina de empanado	1	\$2.500,00	\$2.500,00
Cámaras Frigoríficas	1	\$17.071,00	\$17.071,00
Empacadora	1	\$2.400,00	\$2.400,00
			\$36.241,00

Equipos de Computación			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Computadora e Impresora	6	\$500,00	\$3.000,00

Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Escritorios	6	\$300,00	\$1.800,00
Sillas	12	\$105,00	\$1.260,00
Estanterías	8	\$85,00	\$680,00
Archivadores	2	\$200,00	\$400,00
			\$4.140,00

Equipos de Oficina			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Aire Acondicionado	2	\$750,00	\$1.500,00
Útiles de Oficina	8	\$6,00	\$48,00
Red Telefónica	1	\$485,00	\$485,00
Teléfono	6	\$20,00	\$120,00
Dispensador de Agua	2	\$120,00	\$240,00
			\$2.393,00

Terreno	100	\$325,00	\$32.500,00
Infraestructura	1	\$27.000,00	\$27.000,00

AUTORA: LUISA SANTANA

5.3.2. Inversiones en capital de operación.

Para poner en marcha el proyecto la cantidad requerida será \$228.021,69

TABLA # 24. INVERSIÓN

Inversión	
Activos fijo e intangibles	\$108.774,00
Capital de Trabajo	\$119.247,69
	\$228.021,69

FUENTE: CÁLCULOS DE LA AUTORA BASADOS EN LA TABLA #22

AUTORA: LUISA SANTANA

5.3.3. Flujo de depreciación de activos fijos e intangibles.

En el siguiente cuadro se muestra el flujo de depreciación de los activos fijos e intangibles de la Empresa EComarón:

TABLA # 25. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Depreciación de activos										
DETALLE	VIDA UTIL	VALOR ACTIVO	VALOR DE SALVAMENTO	V. DEPRECIACION ANUAL	1	2	3	4	5	Total Salvamento
MAQUINARIA	10	\$36.241,00	75%	\$9.060,25	\$906,03	\$906,03	\$906,03	\$906,03	\$906,03	\$31.710,88
EQUIPO DE COMPUTACION	3	\$3.000,00	0%	\$3.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00			\$ -
EQUIPO DE OFICINA	5	\$2.393,00	75%	\$598,25	\$119,65	\$119,65	\$119,65	\$119,65	\$119,65	\$1.794,75
MUEBLE DE OFICINA	5	\$4.140,00	75%	\$1.035,00	\$207,00	\$207,00	\$207,00	\$207,00	\$207,00	\$3.105,00
INFRAESTRUCTURA	20	\$27.000,00	75%	\$6.750,00	\$337,50	\$337,50	\$337,50	\$337,50	\$337,50	\$25.312,50
TOTAL DE DEPRECIACION		\$72.774,00			2570,18	2570,18	2570,18	1570,18	1570,18	\$61.923,13

AMORTIZACION ACTIVOS INTANGIBLES

DETALLE	VIDA UTIL	VALOR ACTIVO	Valor Anual	1	2	3	4	5	VALOR DE SALVAMENTO
CONSTITUCION	5	\$3.500,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	0
TOTAL DE AMORTIZACION	0								

AUTORA: LUISA SANTANA

5.4. PLAN DE FINANCIAMIENTO.

5.4.1. Estrategia de Financiamiento.

El plan de financiamiento requerido será del 25% aportado por los socios y el otro 75% a través de un préstamo a la CFN (Corporación Financiera Nacional).

TABLA #26. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Plan de Financiamiento	
Préstamo	Capital Propio
75%	25%
\$ 171.016,27	\$ 57.005,42

AUTORA: LUISA SANTANA

5.4.2. Tabla de amortización (financiamiento de crédito)

Tabla #27. FINANCIAMIENTO DE CRÉDITO

Préstamo	-171.016,27
Tasa	9,5%
Período	5
Cuota	\$44.539

TABLA #28. AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO

Periodo	Saldo Inicial	Pago	Intereses	Capital	Saldo Final
1	\$171.016	\$44.539	\$16.247	\$28.292	\$142.724
2	\$142.724	\$44.539	\$13.559	\$30.980	\$111.744
3	\$111.744	\$44.539	\$10.616	\$33.923	\$77.821
4	\$77.821	\$44.539	\$7.393	\$37.146	\$40.675
5	\$40.675	\$44.539	\$3.864	\$40.675	\$0

FUENTE: CÁLCULOS DE LA AUTORA BASADOS EN LA TABLA #26

AUTORA: LUISA SANTANA

Mensualmente se deberá cancelar \$3.711,58

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

Se calcula el TMAR, multiplicando la proporción de capital propio de manera porcentual + el costo de la deuda con el banco, multiplicando por (1 – tasa de impuestos) por la proporción de la deuda de manera porcentual.

FORMULA: $(\text{TMAR} * \text{We}) + (\dot{i} * (1 - \text{Ti}) * \text{Wd})$.

TABLA #29. WACC

WACC	
TMAR	12,00%
Ti	33,70%
We	25%
Wd	75%
I	9,50%
Ko = WACC	7,72%

AUTORA: LUISA SANTANA

- KO = Costo ponderado de capital o WACC.
- TMAR = Tmar del accionista.
- Ti = Costo de la deuda (con el banco).
- We = Proporción de Capitales Propios.
- WD = Proporción de la deuda.
- i = Tasa de impuestos (Participación de trabajadores + Impuesto a la renta).

5.5. PROYECCIONES DE INGRESOS OPERACIONALES.

5.5.1. Proyección de ventas: Unidades, precio e ingresos.

TABLA #30. PROYECCIÓN ANUAL

Proyección Anual			
Año	Libras	Precio	Ingresos
	4,00%	2,00%	
1	201855	\$ 6,20	\$ 1.251.502,18
2	209929	\$ 6,32	\$ 1.327.593,51
3	218327	\$ 6,45	\$ 1.408.311,20
4	227060	\$ 6,58	\$ 1.493.936,52
5	236142	\$ 6,71	\$ 1.584.767,86

AUTORA: LUISA SANTANA

5.6. PROYECCIONES DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES.

5.6.1. Proyección de costos operacionales.

TABLA #31. PROYECCIÓN DE COSTOS OPERACIONALES

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$865.093,67	\$882.395,55	\$900.043,46	\$918.044,33	\$936.405,21
Insumos	\$42.389,59	\$43.237,38	\$44.102,13	\$44.984,17	\$45.883,86
Mano de Obra	\$20.366,88	\$20.774,22	\$21.189,70	\$21.613,50	\$22.045,77
Transportación	\$36.836,64	\$37.573,37	\$38.324,84	\$39.091,34	\$39.873,16
Total	\$964.686,78	\$983.980,52	\$1.003.660,13	\$1.023.733,33	\$1.044.208,00

AUTORA: LUISA SANTANA

5.6.1.1. Materia prima directa.

La materia prima directa e indirecta para este producto es la siguiente:

TABLA #32. COSTOS DE MATERIA PRIMA

Costos Materia Prima						
	Tm	Qq.	Lb.	Costo x Lb.	C. Total Men.	C. Total Anual
Camarón	10,9	109	24.030,38	\$ 3,00	\$72.091,14	\$ 865.093,67
Merma	20%		4.806,08			
Total	8,72	109	16.821,27			

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA # 33. COSTOS DE INSUMOS

Costos de Insumos				
	Unidades	Valor U.	Valor Total	Valor Anual
Fundas	16.821	\$0,15	\$2.523,19	\$30.278,28
Cajas de Cartón	1.682	\$0,60	\$1.009,28	\$12.111,31
Total			\$3.532,47	\$42.389,59

AUTORA: LUISA SANTANA

5.6.1.2. Mano de obra directa.

TABLA #34. SUELDOS OPERACIONALES.

Sueldos Operacionales						
Cargo	N° de personal	Días laborables	Sueldo	IESS	Sueldo Total Mensual	Sueldo Total Anual
Recepción -Pelado y desvenado	2	5	\$ 750,00	\$70,88	\$ 679,12	\$ 8.149,44
Moedor y Recubrimiento (1 y 2)	1		\$ 375,00	\$35,44	\$ 339,00	\$ 4.079,25
Empacado y Congelado	2		\$ 750,00	\$70,88	\$ 679,12	\$ 8.149,44
Total					\$ 1.697,24	\$ 20.378,13

AUTORA: LUISA SANTANA

5.6.1.3. Gastos indirectos de fabricación.

A continuación se detallan los siguientes costos indirectos de fabricación:

TABLA #35. SERVICIOS BÁSICOS

Servicios Básicos		
	Mensual	Anual
Gastos básicos		
Energía Eléctrica	300,00	3.600,00
Agua Potable	400,00	4.800,00
Teléfono	60,00	720,00
Internet	75,00	900,00
Total A. Básicos		\$10.020,00

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA #36. SUMINISTROS DE OFICINA

Suministros de Oficina				
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Resmas de Hojas Tamaño A4	2	\$4,00	\$8,00	\$96,00
Tinta para impresoras	4	\$7,00	\$28,00	\$336,00
Cajas de Grapa	1	\$1,00	\$1,00	\$12,00
Útiles de oficina	1	\$5,00	\$5,00	\$60,00
Total		\$44,00	\$42,00	\$504,00

AUTORA: LUISA SANTANA

TABA#37. GASTOS VARIOS

Gastos Varios	Valor M.	Valor Anual
Mantenimiento Maq.	\$200,00	\$2400,00
Gastos Varios	\$85,00	\$1020,00
Total	\$285,00	\$3420,00

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA #38. GASTOS DE LOGÍSTICA

Gastos de Logística	
Certificado de Origen	\$32,00
Certificado Sanitario	\$30,00
Flete Terrestre interno	400,00
Flete Marítimo GYE - Santiago	
LCL	\$2.482,72
Flete terrestre externo	125,00
Total	\$3.069,72

AUTORA: LUISA SANTANA

5.6.2. Costo unitario del producto.

TABLA #39. PRECIO POR LIBRA

Precio por Libra		
Costo de Producción	unidades	Total
Materia Prima	16821	\$72.091,14
Insumos		\$3.532,47
Mano de Obra		\$1.697,24
Transporte Internacional		\$3.069,72
PRECIO POR LIBRA		\$4,78

AUTORA: LUISA SANTANA

5.6.3. Proyección de gatos operacionales.

5.6.3.1. Gastos administrativos

TABLA #40. SUELDOS ADMINISTRATIVOS.

Sueldos Administrativos									
Cargo	Mano de Obra Directa				Aporte al I.E.S.S	IECE Y SECAP	Vacaciones	Número de empleados	Salario Anual
	Salario Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva					
					11,15%	1,00%			
Gerente General	\$1.500,00	\$1.500,00	\$370,00		\$167,00	\$15,00	\$750,00	1	\$20.802,00
Administrativo Financiero	\$800,00	\$800,00	\$370,00		\$89,00	\$8,00	\$400,00	1	\$11.267,00
Contador	\$600,00	\$600,00	\$370,00		\$67,00	\$6,00	\$300,00	1	\$8.543,00
Jefe de Producción	\$800,00	\$800,00	\$370,00		\$89,00	\$8,00	\$400,00	1	\$11.267,00
Supervisor de Calidad	\$600,00	\$600,00	\$370,00		\$67,00	\$6,00	\$300,00	1	\$8.543,00
Comercio Exterior	\$800,00	\$800,00	\$370,00		\$89,00	\$8,00	\$400,00	1	\$11.267,00
Secretaria	\$450,00	\$450,00	\$370,00		\$50	\$5,00	\$225,00	1	\$6.500,00
Chofer	\$370,00	\$370,00	\$0		\$41,00	\$4,00	\$185,00	1	\$5.040,00
Total	\$5.920,00	\$5.920,00	\$2.590,00	\$0	\$660,00	\$59,00	\$2.960,00		\$83.229,00

AUTORA: LUISA SANTANA

5.7. FLUJOS DE FONDO DEL PROYECTO

TABLA #41. FLUJO DE FONDOS DE PROYECTO

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 1.251.502,18	\$ 1.327.593,51	\$ 1.408.311,20	\$ 1.493.936,52	\$ 1.584.767,86
Costos de Producción		\$ 964.686,78	\$ 983.980,52	\$ 1.003.660,13	\$ 1.023.733,33	\$ 1.044.208,00
Margen Bruto		\$ 286.815,40	\$ 343.612,99	\$ 404.651,07	\$ 470.203,19	\$ 540.559,86
Gastos adm.						
Sueldos		\$ 83.229,28	\$ 83.229,28	\$ 83.229,28	\$ 83.229,28	\$ 83.229,28
Depreciación y Amortización Intang		\$ 3.270,18	\$ 3.270,18	\$ 3.270,18	\$ 2.270,18	\$ 2.270,18
Gastos Básicos		\$ 10.020,00	\$ 10.020,00	\$ 10.020,00	\$ 10.020,00	\$ 10.020,00
Suministros de Oficinas		\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00
Gastos Varios		\$ 3.420,00	\$ 3.420,00	\$ 3.420,00	\$ 3.420,00	\$ 3.420,00
Total de Gastos adm.		\$ 100.443,46	\$ 100.443,46	\$ 100.443,46	\$ 99.443,46	\$ 99.443,46
Utilidad operacional		\$ 186.371,94	\$ 243.169,54	\$ 304.207,61	\$ 370.759,73	\$ 441.116,41
Intereses Prestamos		\$ 16.246,55	\$ 13.558,78	\$ 10.615,67	\$ 7.392,96	\$ 3.864,10
Utilidad Antes Participación		\$ 170.125,40	\$ 229.610,76	\$ 293.591,95	\$ 363.366,77	\$ 437.252,30
Participación de Trab. 15%		\$ 25.518,81	\$ 34.441,61	\$ 44.038,79	\$ 54.505,02	\$ 65.587,85
Utilidad Antes de Impuesto		\$ 144.606,59	\$ 195.169,15	\$ 249.553,16	\$ 308.861,75	\$ 371.664,46
Impuesto a la Renta 22%		\$ 31.813,45	\$ 42.937,21	\$ 54.901,69	\$ 67.949,59	\$ 81.766,18
Utilidad Neta		\$ 112.793,14	\$ 152.231,94	\$ 194.651,46	\$ 240.912,17	\$ 289.898,28
Depreciación y Amortización Intang		\$ 3.270,18	\$ 3.270,18	\$ 3.270,18	\$ 2.270,18	\$ 2.270,18
Amortización de Préstamo		\$ 44.538,86	\$ 44.538,86	\$ 44.538,86	\$ 44.538,86	\$ 44.538,86
Inversión Inicial	-\$ 57.005,42					
Prestamos	-\$ 171.016,27					
Valor de Desecho						\$ 61.923,13
Flujo de Caja	-\$ 228.021,69	\$ 71.524,45	\$ 110.963,25	\$ 153.382,77	\$ 198.643,48	\$ 309.552,71

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

TABLA # 42. INDICADORES DE RIESGO

Indicadores de Riesgo	
WACC	7,72%
VAN	\$417.596,78
TIR	49%

AUTORA: LUISA SANTANA

TABLA #43. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	-\$228.021,69	\$71.524,45	\$110.963,25	\$153.382,77	\$198.643,48	\$309.552,71
Flujo Descontado	-\$228.021,69	\$66.396,10	\$95.621,43	\$122.698,90	\$147.511,69	\$213.390,35
Flujo Acumulado	-\$228.021,69	\$66.396,10	\$162.017,53	\$284.716,43	\$432.228,12	\$645.618,47
	-\$228.021,69	-\$161.625,59	\$391,93	\$285.108,36	\$717.336,48	\$1.362.954,96

AUTORA: LUISA SANTANA

Como se puede observar en la tabla ya en el segundo año se recupera el capital invertido en el proyecto.

5.9. PUNTO DE EQUILIBRIO.

En el punto de equilibrio se detallan los movimientos internos de la empresa, y lo que se espera alcanzar como meta. A continuación se detallan tanto los costos fijos, variables, y las ventas, con los cuales se obtendrá el punto de equilibrio en cantidad y unidades monetarias.

TABLA #44 PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES

Punto de Equilibrio Cantidades.	
Descripción	Mensual
Costo Fijo	\$ 97.173,28
Costo Variable	\$ 4,78
Precio	\$ 6,20
P.E.Q	68389

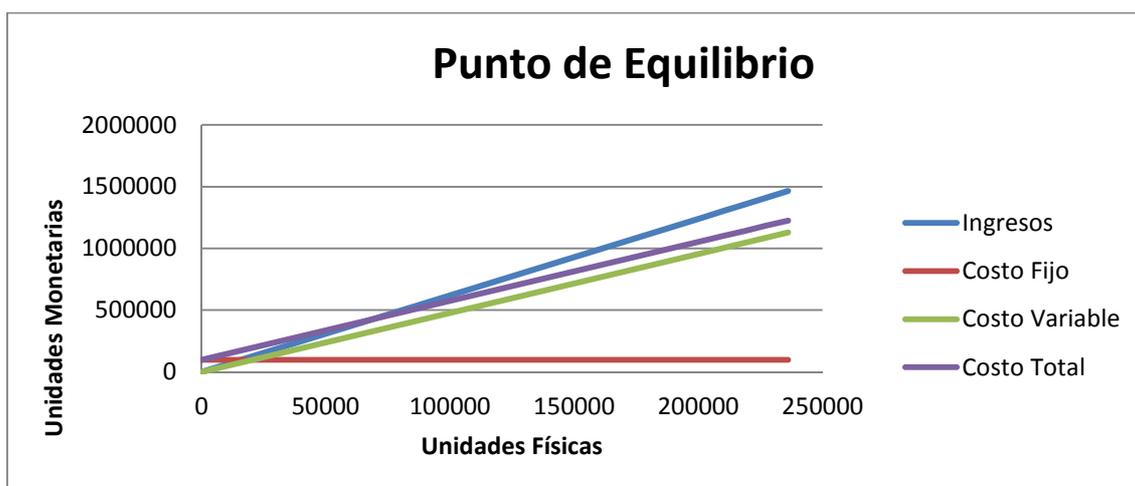
AUTORA: LUISA SANATANA

TABLA #45 PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

Punto de Equilibrio Dólares	
Descripción	Mensual
Costo Fijo	\$ 97.173,28
Costo Variable	\$ 4,78
Ventas	\$ 6,20
P.E	\$ 424.009,91

AUTORA: LUISA SANTANA

IMAGEN #25 PUNTO DE EQUILIBRIO



AUTORA: LUISA SANTANA

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

Como ya se mencionó anteriormente el proyecto será financiado en un 75% con un préstamo (CFN) y el 25% con capital propio.

Como segundo punto se observa que en el segundo año ya se recupera la inversión y se van obteniendo ganancias.

Como tercer punto existe seguridad de que este proyecto tiene gran rentabilidad puesto que el indicador TIR nos arrojó un 49% sin riesgo, el VAN también nos proyectó una cifra positiva y considerable de \$417.596,78.

Como cuarto punto cuando se realizó el punto de equilibrio se analiza que este se encuentra en el 1 año de ventas.

CONCLUSIONES.

- La Investigación presentada es resultado del estudio y desarrollo de un nuevo producto destinado a clientes de todas las edades y con un estilo de vida innovador y dinámico.
- A través del estudio realizado se obtuvo como resultado, que las bolitas de camarón gustan mucho al consumidor debido a su producto base el camarón. Es decir, tienen un alta demanda en el mercado meta, de acuerdo a los resultados obtenidos y se concluye que el producto tiene un segmento de demanda definido y amplio en la ciudad de Santiago de Chile.
- El entorno externo para la implementación de la empresa es favorable, debido a que tiende a ser una industria que aporta al país generando empleo, y a su vez esto contribuye a la mejora del sector económico y social.
- Otro punto muy importante es la vida útil del producto, ya que gracias a su empaque al vacío tiene una vida útil de aproximadamente 6 meses en las condiciones de congelación adecuada. Además las bolitas de camarón constituyen un interesante producto con valor agregado que innova en el mercado meta, garantizando su comercialización.
- Finalmente después de haber concluido con el proyecto y haber realizado el estudio técnico, la constitución de la Empresa y la demanda proyectada, se obtiene que la recuperación de la inversión es corta, después del 2do año y la capacidad de expansión y progreso está presente después de 3er año. El retorno de la inversión es moderado y constante teniendo muchas posibilidades de nuevos mercados.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto en el tiempo indicado, ya que la información y estadísticas pueden variar con el paso del tiempo.
- Otra recomendación muy importante sería en un futuro buscar distintos mercados para que la Empresa siga creciendo y abriéndose nuevas oportunidades.
- Para lograr un gran impacto en el mercado, la empresa deberá contar con un departamento de marketing el cual desarrolle estrategias acordes al mercado que se desea incursionar.

Bibliografía

- Aduanet.com.pe. (2017). *http://www.aduanet.gob.pe*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe: http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=306190000>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *contenido.bce.fin.ec*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201512.pdf>
- Banco Mundial. (2017). *datos.bancomundial.org*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?end=2015&locations=EC&start=1960&view=chart>
- Banco Mundial. (2017). *datos.bancomundial.org*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/pais/ecuador>
- BOE. (2012). *www.ictioterm.es*. Obtenido de http://www.ictioterm.es/nombre_cientifico.php?nc=235
- Borges, V. (2015). *http://metodomarketing.com*. Obtenido de <http://metodomarketing.com: http://metodomarketing.com/slogan/>
- Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio. (2016). *www.camchilecua.cl/*. Obtenido de <http://www.camchilecua.cl/index.php?pag=socios>
- datos.bancomundial.org*. (2015). Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?end=2015&locations=EC&start=1960&view=chart>
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones . (Diciembre de 2016). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/PROEC_FT2016_CHILE_DICIEMBRE.pdf
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (Diciembre de 2016). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/PROEC_FT2016_CHILE_DICIEMBRE.pdf
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (Diciembre de 2016). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/PROEC_FT2016_CHILE_DICIEMBRE.pdf
- es.portal.santandertrade.com*. (2016). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/presentacion-general>
- es.wikipedia.org*. (2016). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>
- Escolares.Net. (2014). *http://www.escolares.net*. Obtenido de <http://www.escolares.net/marketing/introduccion-al-marketing/conceptos-basicos-del-marketing/matriz-bcg/>

Espinosa, R. (31 de Mayo de 2015). Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>

Espinosa, R. (s.f.). *www.robertoespinosa.es*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>

Fajardo, O. (5 de enero de 2008). *https://fbusiness.wordpress.com*. Obtenido de <https://fbusiness.wordpress.com>: <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>

http://neuroc99.sld.cu. (2016). Obtenido de <http://neuroc99.sld.cu/chile.htm>

Ine. (2016). *www.bcn.cl*. Obtenido de <http://www.bcn.cl/siit/nuestropais/nuestropais/region13/>

Machado, D. (25 de Septiembre de 2013). *www.planv.com.ec*. Obtenido de <http://www.planv.com.ec/investigacion/investigacion/la-historia-oculta-del-camaron>

Maps of World. (Junio de 2014). *espanol.mapsofworld.com*. Obtenido de <http://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/ecuador/ecuador-mapa.html>

Maps of World. (22 de Febrero de 2016). *espanol.mapsofworld.com*. Obtenido de <https://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/chile/chile-mapa.html>

MIFIC. (2012). *www.mific.gob.ni*. Obtenido de <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20CNPE/Fichas%20producto%20mercado%202014/Camaron%20Chile%20ok.pdf>

NIRSA. (2017). *http://www.nirsa.com/*. Obtenido de <http://www.nirsa.com/>

Proecuador. (2016). *proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/pesca-y-acuacultura/>

Proecuador. (2017). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec>

proecuador.gob.ec. (2016). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/12/Guia-Comercial-Ecuador-2016.pdf>

Proecuador.gob.ec. (s.f.). *Proecuador.gob.ec*. Obtenido de Proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-d-argentina-2013>

Proecuadoror. (2016). *proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/PERFIL-DE-ACUACULTURA.pdf>

Revista Ekos. (5 de Mayo de 2016). *www.ekosnegocios.com*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=7628>

SEAFOOD HANDBOOK. (2010). *todocamaronderio.blogspot.com*. Obtenido de <http://todocamaronderio.blogspot.com/2010/11/valor-nutricional.html>

Ubicacion costanera del Camaron/fao.org. (2016). Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/005/AC866S/AC866S32.htm>

Welcome Chile. (2015). *www.ecured.cu*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Santiago_de_Chile

Wikipedia. (s.f.). *www.wikipedia.org*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG

World Bank . (2016). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>

World Bank. (2016). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>

World Economic Outlook Database. (2017). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>

World Trade Organisation. (2017). *es.portal.santandertrade.com*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/presentacion-general>