



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI

FACULTAD DE ECONOMÍA

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y
EXPORTACIÓN DE CHOCHOS DESAMARGADOS HACIA
MÉXICO D.F. - MÉXICO”**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

AUTORA:

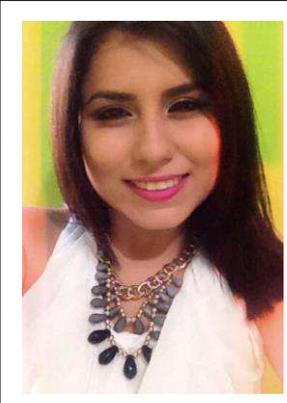
TOBAR VELIZ ANA BELÉN

DIRECTOR DE TESIS:

ARQ. JORGE ÁLAVA FAGGIONI

MANTA, mayo del 2015

IDENTIFICACION DE LA EGRESADA

NOMBRES:	ANA BELEN	
APELLIDOS:	TOBAR VELIZ	
NACIONALIDAD:	ECUATORIANA	
LUGAR DE NACIMIENTO:	MANTA – MANABI – ECUADOR	
FECHA DE NACIMIENTO:	30 DE JULIO DEL 1991	
CEDULA DE IDENTIDAD:	131336288-9	
ESTADO CIVIL:	SOLTERA	
TELEFONOS:	0996500006 – 052620670	
CORREO ELECTRONICO:	annitabelentita@hotmail.com	
RESIDENCIA:	MANTA – MANABI	
DIRECCION DOMICILIO:	CALLE 11 AVENIDA 12	
TITULOS ACADEMICOS:	BACHILLER EN CIENCIAS DE COMERCIO Y ADMINISTRACION	
ESTUDIOS ACTUALES:	EGRESADA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	
EXPERIENCIA LABORAL:	NINGUNA	
INTENCIONALIDAD E INTERESES CON EL PROYECTO DE GRADO	PROMOVER ESTE PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTACIÓN DE CHOCHO DESAMARGADO, CON EL FIN DE IMPLEMENTARLO A UN PROGRAMA DE EXPORTACIÓN CONOCIENDO QUE SEA VIABLE.	

DECLARACION

Yo **TOBAR VELIZ ANA BELEN** 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.

Egda. Ana Belén Tobar Veliz

C.I. 131336288-9

CERTIFICACION

Certifico que el presente trabajo de grado intitulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CHOCHOS DESAMARGADOS HACIA MEXICO D.F. – MEXICO.**”, ha sido desarrollado por la egresada, **Ana Belén Tobar Veliz** 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 calificación y con el direccionamiento de las tutorías del Director del Proyecto de Grado, motivo por el cual dicho profesor también se suscribe en el presente documento.

ARQ. JORGE ALAVA FAGGIONI
DIRECTOR DEL PROYECTO

NOTA DEL PROYECTO DE GRADO

En la ciudad de Manta, en las instalaciones de la Carrera 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 el Proyecto de Grado: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CHOCHOS DESAMARGADOS HACÍA MÉXICO D.F.-MÉXICO” Para obtener el título de Tercer Nivel de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES la estudiante TOBAR VELIZ ANA BELEN con C.I. 131336288-9

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

NOTA DEL PROFESOR MIEMBRO TRIBUNAL 1 ____/10 (_____ sobre diez

NOTA DEL PROFESOR MIEMBRO TRIBUNAL 2 ____/10 (_____ sobre diez

NOTA DEL PROFESOR MIEMBRO TRIBUNAL 3 ____/10 (_____ sobre diez

DEDICATORIA

*Aspiro dedicar el presente trabajo a Dios quien me dio la fortaleza,
fe y salud para alcanzar este anhelo que se vuelve una realidad,
luego a mis padres el Sr. Bolerman Tobar y la Sra. Letty Veliz D.,
a mis hermanos Jonathan y Yandry Tobar Veliz,
quienes permanentemente me apoyaron con espíritu alentador,
contribuyendo incondicionalmente a lograr mis metas
y objetivos propuestos.*

*A todo el resto de familia y amigos que de una u otra manera me han
llenado de sabiduría para terminar la tesis.*

Por ellos y para ellos dedico éste trabajo de investigación

ANA BELEN TOBAR

AGRADECIMIENTO

Quiero brindar mis sinceros agradecimientos principalmente a Dios por haberme dado salud para lograr mi objetivo, a mis padres, hermanos que siempre me han dado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica estando siempre a mi lado en cada momento de mi vida.

De igual manera a mi director de tesis Arq. Jorge Álava Faggioni, que me apoyó y asesoró desinteresadamente con sus conocimientos, a los docentes que me han acompañado durante el largo camino, brindándome su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación académica y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí la cual abrió sus puertas a jóvenes como yo, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

A todos mis amigos y aquellas personas que han formado parte de mi vida profesional, a las que les agradezco su amistad, consejos, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de la vida. Algunas están aquí presente y otras en los recuerdos y en el corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

A todos ellos mis sinceros agradecimientos.

INDICE

CAPITULO 1: GENERALIDADES	1
1.1. Introducción	1
1.2. Resumen Ejecutivo.....	1
CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO	3
2.1. Objetivos del Capitulo	3
2.2. Análisis Estratégico	3
2.2.1. Análisis del Macro-entorno.....	3
2.1.2. Macro-ambiente del Negocio	5
2.1.2.1. Factores Sociales y Culturales	6
2.1.2.2. Factores Demográficos.....	7
2.1.2.3. Condiciones Económicas	10
2.1.2.4. Auditoria de la Competencia.....	11
2.1.2.5. Factores Políticos y Legales	12
2.1.2.6. Tecnología Imperante	15
2.1.3. Microambiente Externo	16
2.1.4. Síntesis de Oportunidad y Amenazas	19
2.1.5. Análisis de la Industria	20
2.1.5.1. Antecedentes Generales y Evolución de la Industria	20
2.1.5.2. Análisis Estructural del Sector Industrial, 5 Fuerza de Porter.	22
2.1.5.3. Identificación y Caracterización de la Competencia incluidas sus Estrategias.....	24
2.1.5.4. Identificación y Caracterización de la Demanda.....	24
2.1.5.5. Dimensionamiento de la Demanda Actual y Potencial	26
2.1.5.6. Dimensionamiento de la Oferta Actual y Potencial.....	27
2.1.5.7. Síntesis de Oportunidades y Amenazas	27
2.1.6. Análisis FODA	28
2.1.6.1. Análisis Frente Externo (Oportunidades y Amenazas).....	28
2.1.6.2. Análisis Frente Interno (Fortalezas y Debilidades)	29
2.1.7. Viabilidad Estrategia de Invertir	29
2.2. Planteamiento Estratégico	30

2.2.1. Visión y Misión	30
2.2.1.1. Visión.....	30
2.2.1.2. Misión	30
2.2.2. Objetivos Estratégicos	30
2.2.2.1. Financieros.....	31
2.2.2.2. No Financiero.....	31
2.2.3. Estrategias.....	31
2.2.3.1. Cartera de Producto.....	32
2.2.3.1.1. Matriz Atractivo-Competitividad.....	32
2.2.3.1.2. Matriz BCG.....	33
2.2.3.2. Estrategias Genéricas de Desarrollo	34
2.2.3.3. Estrategia de Crecimiento	35
2.2.3.3.1. Crecimiento Intensivo en el Mercado de Referencia.....	35
2.2.3.3.2. Crecimiento Integrado de la industria.....	37
2.2.3.4. Estrategias Competitivas	37
2.2.3.5. Estrategias de Desarrollo Internacional	38
2.2.4. Sistema de Valores	39
2.2.4.1. Valores Finales	39
2.2.4.2. Valores Operacionales.....	39
CAPÍTULO 3. PLAN COMERCIAL	39
3.1. Objetivos del Capítulo.	39
3.2. Análisis del Mercado de Referencia	40
3.2.1. Tipo y Estructura de Mercado.....	40
3.2.2. Identificación y Análisis de Segmentos de Mercados Objetivos	40
3.2.3. Identificación y Análisis de la Competencia Directa	41
3.2.4. Factores Críticos de Éxito y Ventajas Competitivas a Desarrollar.....	41
3.2.5. Demanda Insatisfecha del Mercado de Referencia.....	42
3.2.6. Demanda que Atenderá el Proyecto.....	42
3.3. Plan Comercial	43
3.3.2. Mix de Marketing	43
3.3.2.1. Auditoria y Estrategia de Producto	43
3.3.2.1.1. Adaptación o Modificación Requerida	43
3.3.2.1.2 Atributos y Beneficios del Producto	43

3.3.2.1.3. Componentes Centrales del Producto	43
3.3.2.1.4. Componentes de Envase.....	44
3.3.2.1.5. Componentes de Servicio de Apoyo	44
3.3.2.1.6. Estrategia de Marca.....	44
3.3.2.2. Auditoria y Estrategia de Precio	45
3.3.2.2.1. Términos de Venta (INCOTERM)	45
3.3.2.2.2. Partida Arancelaria.....	48
3.3.2.2.3. Comparativo de Precios con la Competencia.	48
3.3.2.2.4. Auditoria de la Estructura de Precios.	48
3.3.2.2.5. Impacto del Tipo de Cambio en la Fijación del Precio.....	49
3.3.2.2.6. Fijación de Precio de Venta Unitario (de Exportación)	49
3.3.2.2.7. Costo Total Unitario.	50
3.3.2.2.8. Costos Logísticos.....	50
3.3.2.2.9. Métodos de Pago Internacional.....	51
3.3.2.3. Auditoria y Estrategia de Distribución	51
3.3.2.3.1. Modo de Transporte.....	51
3.3.2.3.2. Puerto de Origen/Destino.....	51
3.3.2.3.3. Tipo de Regulaciones de Marca y Etiquetas en Destino Origen/Destino	53
3.3.2.3.4. Tipo de Embalaje Requerido	55
3.3.2.3.5 Tipo de Contenedor o Medio de Transporte.....	56
3.3.2.3.6. Documentación Requerida	56
3.3.2.3.7. Tipos de Requisitos Sanitarios y Fitosanitario	57
3.3.2.3.8. Cadena de Distribución	57
3.3.2.3.9. Canal de Distribución Específico	57
3.3.2.3.10 Proveedores de Servicios de Comercio Exterior	58
3.3.2.3.11. Operativa de Comercio Exterior.....	59
3.3.2.3.12. Modelos de Comercio Electrónico	59
3.3.2.4. Auditoria y Estrategia de Promoción.	60
3.3.2.4.1. Concepto de Posicionamiento.....	60
3.3.2.4.2. Concepto de Eslogan	61
3.3.2.4.3. Estrategia de Mix de Publicidad.....	61
CAPÍTULO 4: PLAN TÉCNICO-ORGANIZACIONAL	62

4.1.	Objetivo del Capítulo	62
4.2.	Plan Técnico	62
4.2.1.	Plan de Producción	62
4.2.2.	Localización	63
4.2.3.	Procesos Productivo / Operacional	63
4.2.4.	Distribución Instalaciones (Layout)	67
4.2.5.	Plan de Abastecimiento de Materia Prima	69
4.2.6.	Plan de Abastecimiento de Insumo	71
4.2.7.	Plan de Abastecimiento de Mano de Obra	72
4.2.8.	Plan de Abastecimiento de Tecnología de Producción	73
4.3.	Plan Organizacional	73
4.3.1.	Datos Generales de la Empresa	74
4.3.2.	Proceso de Toma de Decisiones	74
4.3.3.	Arquitectura Organizacional	74
4.3.4.	Distribución de Funciones y Responsabilidades	75
4.3.5.	Requerimientos de Activos Fijos para Áreas Administrativas	77
4.3.6.	Requerimiento de Personal para Áreas Administrativas	79
4.3.7.	Marco Legal Relacionado a la Operación de la Empresa	79
4.3.8.	Plan de Implementación	81
4.3.9.	Plan de Acción de Corto Plazo	82
4.3.10.	Puesto en Marcha	82
4.3.11.	Plan de Salida	83
	CAPÍTULO 5 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	83
5.1.	Objetivos del Capítulo	83
5.2.	Horizonte de Tiempo del Plan Financiero	83
5.3.	Plan de Inversión	83
5.3.1.	Inversiones en Activos Fijos	83
5.3.2.	Inversiones en Activos Diferidos e Intangibles	84
5.3.3.	Inversión de Capital de Operación	85
5.3.4.	Flujo de Depreciaciones de Activos Fijos	85
5.4.	Plan de Financiamiento	87
5.4.1.	Estrategia de Financiamiento	87
5.4.2.	Tabla de Amortización	87

5.4.3.	Tasa de Descuento o Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	89
5.5.	Proyecciones de Ingresos Operacionales	89
5.5.1.	Proyección de las ventas (UNIDADES).....	89
5.5.2.	Proyección de Precios	90
5.5.3.	Proyección de los Ingresos (Ventas)	90
5.6.	Proyecciones de Costos y Gastos Operacionales.....	91
5.6.1.	Proyección de Costos Operacionales.....	91
5.6.1.1.	Materia Prima Directa	91
5.6.1.2.	Mano de Obra Directa	92
5.6.1.3.	Gastos Indirectos de Fabricación	93
5.6.2.	Proyección de Gatos Operacionales.....	93
5.6.2.1.	Gastos Administrativos	94
5.7.	Estado de Situación Inicial	95
5.8.	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados	96
5.9.	Flujos de Fondos del Proyecto.....	96
5.10.	Evaluación Financiera del Proyecto.	97
5.11.	Análisis e Interpretación de los Resultados de la Evaluación Financiera.	99
	CONCLUSIONES.....	100
	RECOMENDACIONES	101
	ANEXOS.....	101

CAPITULO 1: GENERALIDADES

1.1. Introducción

El chocho (*Lupinus mutabilis sweet*) es un grano que se origina en zona andina, considerado importante para la soberanía alimentaria de las poblaciones andinas, especialmente. Este grano andino se caracteriza por su contenido de proteína, grasa, carbohidratos, minerales y fibra, lo que fija su valor e importancia en la alimentación humana.¹

En la región sierra del Ecuador, el chocho es un producto muy conocido y consumido en su forma natural, y a pesar de tener excelentes beneficios para la salud, no son aprovechadas sus características nutricionales. Por lo tanto, es de suma importancia promocionar su conservación y uso hacia la mejora del nivel de vida y nutricional de la población.

Todo lo antes dicho, contribuye a la importancia que representa incursionar al posicionamiento del chocho, ya que este producto ayudará a mejorar y diversificar la canasta alimenticia; supliendo los hábitos alimenticios errados y brindando valores nutricionales. Así mismo se despertará el interés del sector privado para el procesamiento y exportación del chocho, generando ingresos a las personas y por ende con la salida del producto aportará más ingresos de divisas al Ecuador.

1.2. Resumen Ejecutivo

EcuaGranos Cía. Ltda., será una empresa ecuatoriana que se va a dedicar a la elaboración de chocho desamargado en presentación de fundas de 500 gramos, en la que contienen granos de chochos salados para un consumo nutritivo sin químicos, siendo una principal ventaja, sostener un mercado de consumo y diferenciarnos de nuestros competidores, donde la localización productiva estará ubicada una parroquia rural del Distrito Metropolitano de

¹ Aplicaciones gastronómicas en base a la complementación proteica de la quinua y fréjol. Quito, Marzo 2013.

Quito, Puenbo, ubicado a pocos kilómetros de la capital, dándole formalidad jurídica y convertirse en una empresa con iniciativa de compañía limitada.

EcuGranos Cía. Ltda., se enfoca con una visión para el 2020 ser una empresa venerada y confiable en el Ecuador, marcando medidas de excelencia dentro del mercado de chochos pre-salados, listo para el consumo humano. Su misión es ser conocidos como una amistosa, cuidadosa y eficiente organización, cuyo principal objetivo es brindar a los consumidores con seguridad de chochos de alta calidad nutricional y buena presentación.

El proyecto se enfoca en la exportación de 467 toneladas anuales, donde se producirá 1,296.00 kilogramos de chochos diarios, exportando anualmente 466,560.00 kilogramos de chocho, durante el periodo 2014 - 2018. La exportación tiene como destino el mercado objetivo la ciudad de México D.F., el punto de entrega del producto será en el puerto de Lázaro Cárdenas, con él que se cuenta una facilidad de que nuestro producto llegue inmediatamente a comercializarse al punto de destino.

El esquema de comercialización se realizará por medio de la distribución del chocho desamargado, a través de cadenas comerciales; Cadena Comercial OXXO será la seleccionada para encargarse de la comercialización y la entrega del producto al consumidor final. De igual manera se pronostica impulsar el consumo del producto mediante la inversión en promoción y publicidad.

Nuestra empresa estará conformada por 30 personas que prestarán servicios para la producción y el funcionamiento de la empresa, cuya inversión requerida será de \$1.756,309.08 USD, en la cual el 30% con capital propio o de los socios que integran al emprendimiento del negocio por un valor de \$526,892.73 USD, y la diferencia del 70% mediante un crédito bancario por el valor de \$1.229.416,36 USD a 5 años de plazo. La rentabilidad del siguiente proyecto propuesto dan como resultados una TIR (tasa interna de retorno) de 13,79% y un VAN (valor actual neto) de \$63.232,93, considerando un negocio viable para iniciarlo en el momento oportuno y lograr las metas deseadas en la

internacionalización del producto, marca en el mercado de México D.F. – México.

CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO

2.1. Objetivos del Capítulo

- El objetivo principal de este capítulo es delimitar el direccionamiento estratégico del negocio a través del formulario del plan estratégico.
- Elaborar un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha del chocho al mercado de México.
- Evaluar el comportamiento de los consumidores, nivel de vida y ambiente político que los rodea.

2.2. Análisis Estratégico

Mediante los métodos de observación, el análisis estratégico va a permitir evaluar las características del mercado de México; conociendo así la demanda existente de México D.F. (mercado objetivo) y determinando la capacidad productiva del chocho en el Ecuador.

2.2.1. Análisis del Macro-entorno

Para el análisis del macro-entorno, hay que enfatizar que México, ha tomado acciones para disputar la obesidad que se presenta en la actualidad como un considerable problema de salud de alcance nacional, luego de ser reconocido mundialmente el país con mayor número de niños obesos y el segundo de adultos; como opción aquello se ha tomado en cuenta los tradicionales “snacks saludables”²; que proporcionan proteínas, fibras y nutrientes. En este caso, el chocho, tarwi o lupinus mutabilis (nombre científico), es considerado una interesante opción de “snacks saludable” pues según estudios de la FAO,

² **Snacks** son un tipo de alimento que en la cultura occidental no es considerado como uno de los alimentos principales del día (desayuno, almuerzo, merienda o cena). Generalmente se utilizan para satisfacer temporalmente el hambre, proporcionar una mínima cantidad de energía para el cuerpo o simplemente por placer.

contiene un 43% de proteínas, 25.5% de fibras, 13.5% de azúcares y 5.5% de minerales entre los que se destacan el cobalto, fósforo y potasio.³

Tabla # 1 México

Capital	México, DF
Ubicación Geográfica	América del Norte, bordeando el Mar Caribe y el Golfo de México, entre Belice y Estado Unidos y bordeando el Norte del Océano Pacífico
Idiomas Oficiales	El español y 67 lenguas nativas son lenguas nacionales.
Forma de Gobierno	República federal presidencial.
Superficie • Total • % agua	Puesto 14.º 1 964 375 km ² 2,5 %
Fronteras	3152 km al norte con EE. UU., al sureste 956 km con Guatemala y 193 km con Belice
Población Total • Estimación • Censo • Densidad (est.)	Puesto 11.º 119 426 000 hab. (2014) 112 336 538 hab. (2010) 57 hab./km ²
Tasa anual de crecimiento (%):	1.80% (2014)
Población económica activa (%)	La tasa de empleo es de 58.50% (2014)
PIB (PPA) • Total (2013)	Puesto 11.º US\$ 1 845,248 millones
PIB (nominal) • Total (2013) • PIB per cápita	Puesto 14.º US\$ 1 327,021 millones US\$ 11 224,482
IDH (2012)	Crecimiento 0,7753 (61.º) – Alto
Código ISO	484 / MX / MEX6984
Siglas país para aviones	XA, XB, XC
Siglas país para automóviles	MEX
Miembro de:	OEA, ONU, OCDE, TLCAN, G-20, G-5, APEC, G.3, CIN, UL, ABINIA, Grupo de Río, OEI, AEC, Alianza del Pacífico, MIST,UFC, Interpol, CIJEG, Unesco.

Artículo 4º de la Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas.
Fuente: Conapo
Fondo Monetario Internacional

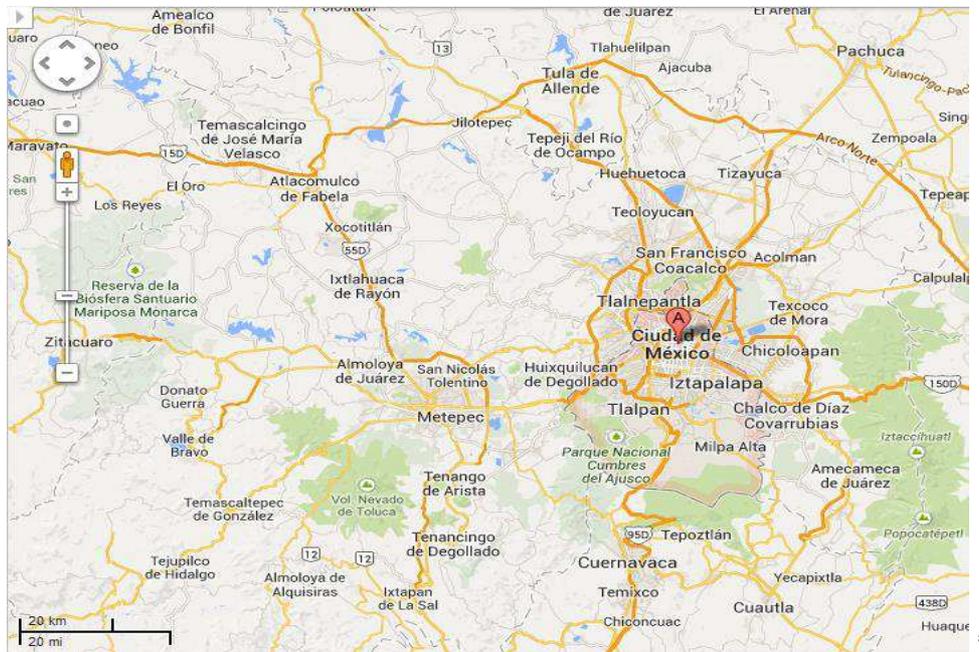
México tiene una población que a mediados de 2013 ronda los 118 millones de personas, considerado el undécimo país más poblado del mundo, con una densidad de 57 hab. /km². Según la Organización Mundial del Turismo, “México es el principal destino turístico de América Latina y el decimotercero más visitado del mundo.”⁴

³ PROECUADOR / www.proecuador.gob.ec/en/2014/01/06/chocho-snack-saludable-mexicano-2

⁴ El Economista (16 de mayo de 2013). «México cae tres lugares en el ranking turístico» (en español). Consultado el 19 de junio de 2013.

México, Distrito Federal, es el mercado objetivo por ser una de las ciudades más importantes del país de México.

Grafico # 1 Mapa de México, Distrito Federal.



El Distrito Federal forma parte de la Cuenca de México, en su porción suroeste, en el extremo sur del Altiplano. Está localizado en el centro de la República Mexicana, donde aparece el paralelo de 19° de latitud norte y el meridiano de 99° de longitud oeste.⁶

2.1.2. Macro-ambiente del Negocio

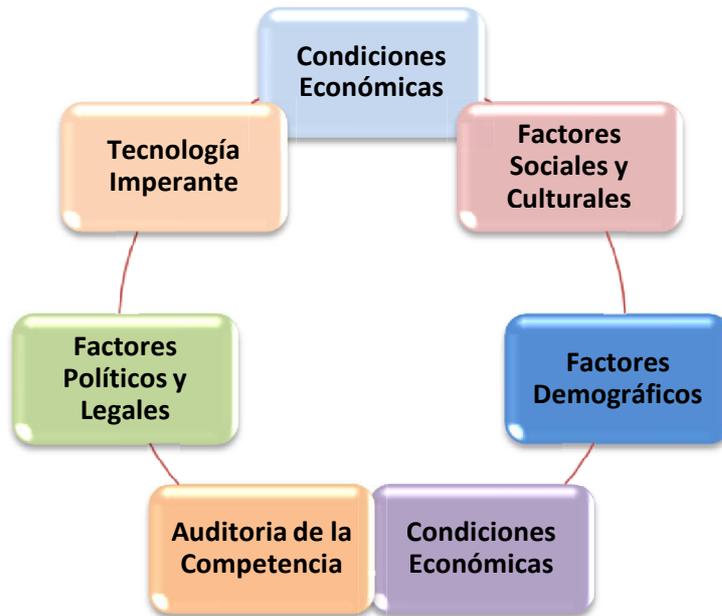
Para llevar a cabo este plan de negocio es preciso la determinación de algunos factores que son de gran valor y que se deben ser tomados en cuenta, lo cual aportara en la preparación e implementación de estrategias.

Los principales factores del macro-ambiente a analizar son:

⁵ Datos del mapa ©2014 Google, INEGI

⁶ Situación geográfica del Distrito Federal, Edgardo Solano Lartigau, 04/10/2012

Grafico # 2 Macro-ambiente del Negocio



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

2.1.2.1. Factores Sociales y Culturales

Tabla # 2 Factores Sociales y Culturales

Educación	La enseñanza es fundamentalmente gratuita y obligatoria hasta la edad de 15 años.
Idiomas Oficiales	No existe un idioma reconocido; el español y 67 lenguas nativas son lenguas nacionales
Moneda	Peso (\$, MXN)
Religión	Católica
Cultura	La cultura mexicana es muy rica y compleja, tiene sus raíces en las tradiciones aborígenes y españolas.

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

El idioma oficial y que predomina en la mayor parte de la población, es el español, aunque se hablan algunas leguas nativas y diferentes dialectos como el Nahuatl y el Azteca, otros dialectos incluyen el Maya en la península de Yucatán, Otomí en la región central, el Mixtec y el Zapotec.⁷

⁷ MEXICO - <http://neuroc99.sld.cu/mexico.htm>

El peso mexicano tiene en la actualidad un valor estimativo de 13.551 pesos por cada dólar⁸.

Religión: México tuvo una tradición de anticlericalismo oficial que culminó con los cambios en la Constitución, en 1991. En la actualidad el 90% de los religiosos son católicos. Los protestantes representan una minoría.⁹

Cultura: Se observa una cultura popular con fuerte influencia del desarrollo de las sociedades mayas, aztecas y toltecas, en las áreas rurales, aunque los descendientes de los españoles la han enriquecido incluyendo tradiciones españolas. En las ciudades hay una mayor influencia de la cultura europea y norteamericana¹⁰

2.1.2.2. Factores Demográficos

La Ciudad de México, Distrito Federal (México, D. F.), es la capital y sede de los poderes federales de los Estados Unidos Mexicanos. La Ciudad de México es el núcleo urbano más grande del país, así como el principal centro económico, político, académico, financiero, empresarial, de moda y cultural.¹¹

⁸ Divisas - Conversor de Divisas/ <http://economia.terra.com.mx/> - 2014

⁹ MEXICO - <http://neuroc99.sld.cu/mexico.htm>

¹⁰ MEXICO - <http://neuroc99.sld.cu/mexico.htm>

¹¹ Artículo 44 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Tabla # 3 México, D.F.

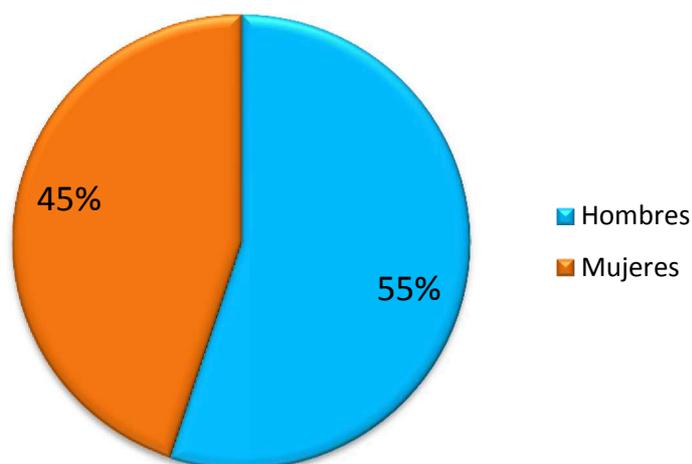
Idioma	Español. En el Distrito Federal, hay 122 411 personas de 5 años y más que hablan lengua indígena, lo que representa menos del 1%.
Entidad	Capital
• País	México
Jefe de Gobierno	Miguel Ángel Mancera
Superficie • Total	Puesto 32º de 32 1495 km ²
Población (2014) • Total de la población de la capital • La capital en conjunto con su área conurbana	Puesto 3º de 32 8 881 958 hab. 21 000 000 hab. Aprox.
Densidad 2010	5,920 hab/km ²
PIB (nominal) • Total (2012) • PIB per cápita	486 450 000 000 dólares 23 164.28 dólares (2012)
IDH (PNUD/2010)	0.8307 – Muy Alto
ISO 3166-2	MX-DIF8
Tasa de crecimiento	0.30% (2010)
Clima	En la mayor parte de su territorio se presenta clima Templado subhúmedo (87%) En el resto se encuentra clima seco y semiseco (7%) y Templado húmedo (6 %).

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

La Ciudad de México se encuentra en el Valle de México, de acuerdo con la definición acordada por el gobierno federal y estatal, la población de la capital (Distrito Federal) es de alrededor de 8.8 millones de habitantes, sin embargo, la capital en conjunto con su área conurbada (Zona Metropolitana del Valle de México) suman más de 21 millones de habitantes, lo que la convierte en la tercera aglomeración urbana más grande del mundo, en la más grande del continente americano y la ciudad hispanoparlante más poblada de la tierra.¹²

¹² México, D.F. – fuente; Wikipedia

Grafico # 3 Población Económicamente Activa de la Capital de México 2014.

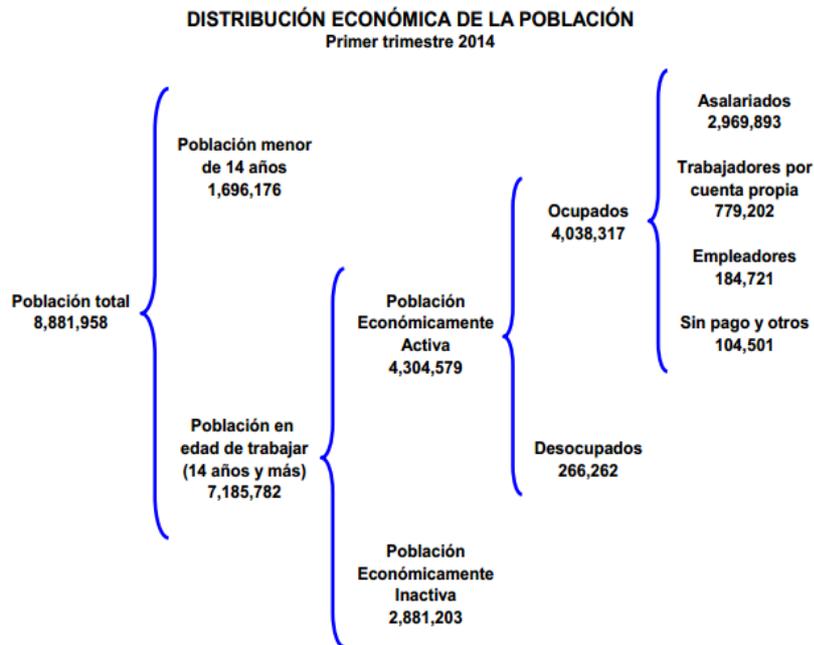


(Estructura por sexo) Fuente: Subsecretaría de empleo y productividad laboral STPS

Con datos de la Subsecretaría de Empleo y Productividad Laboral STPS en base a la población solo del área del Distrito Federal¹³, se proyectó en base a los mismos porcentajes de la distribución económica, con los datos de la población de la ciudad, la misma que cuenta con 382,056 unidades económicas, el 10.3 % del país. El 60% son hombres y el 40% son mujeres del total de ocupación de los ciudadanos en promedio, la remuneración anual que recibe cada trabajador del Distrito Federal, es de \$135,907 pesos, siendo el promedio nacional de \$99,114 pesos.

¹³ FUENTE: INEGI. Censos Económicos 2009. (Datos al 2008).

Grafico # 4 Distribución Económica de la Población de México Primer Trimestre 2014



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

2.1.2.3. Condiciones Económicas

Tabla # 4 Condiciones Económicas

Tasa de mortalidad (por cada 1,000 habs):	4,51 muertes por cada mil habitantes. (2012)
Expectativa de vida (años):	Según INEGI (Esperanza de vida por entidad federativa según sexo, 2007 a 2014.) los mexicanos viven 75 años en promedio.
Índice de analfabetismo (%):	2.1% (2010) En el Distrito Federal, 2 de cada 100 personas de 15 años y más, no saben leer ni escribir.
PIB (nominal):	486.450'000,000 dólares (2012)
PIB per cápita:	23164.28 dólares (2012)

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

La Ciudad de México es considerada como ciudad global, es uno de los centros financieros y culturales más importantes de América y del mundo. El crecimiento de la ciudad es uno de los más veloces a nivel global¹⁴.

¹⁴ México, DF/ Fuente; Wikipedia

Tabla # 5 Actividades en la ciudad de México

Sector de Actividad Económica	Porcentaje de Aportación al PIB Estatal (año 2009)
Actividades primarias	0.06
Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	0.06
Actividades secundarias	15.53
Minería	0.00
Construcción y Electricidad, agua y gas	4.59
Industrias Manufactureras	10.94
Actividades terciarias	84.41
Comercio, restaurantes y hoteles <i>(Comercio, Servicios de alojamiento temporal y de Preparación de alimentos y bebidas).</i>	19.03
Transportes e Información en medios masivos <i>(Transportes, correos y almacenamiento)</i>	15.68
Servicios financieros e inmobiliarios <i>(Servicios financieros y de seguros, Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles)</i>	20.66
Servicios educativos y médicos <i>(Servicios educativos, Servicios de salud y de asistencia social)</i>	8.83
Actividades del Gobierno	6.85
Resto de los servicios* <i>(Servicios profesionales, científicos y técnicos, Dirección de corporativos y empresas, Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación, Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, y Otros servicios excepto actividades del Gobierno)</i>	13.36
Total	100

FUENTE: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, 2005-2009.

México D.F. es el estado de México que más aporta al Producto Interno Bruto, su participación es del 17.70 según el Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por Entidad Federativa 2001-2009.¹⁵

Las cifras macroeconómicas de México D.F., indican que existe estabilidad del mercado para realizar negocios internacionales y mover inversión interna por tanto el ambiente económico es favorable para la elaboración del producto propuesto.

2.1.2.4. Auditoria de la Competencia

Existen algunas empresas que exportan chochos por varias partes del mundo, entre ellas son las siguientes:

- Granos del Ecuador (Ambato),

¹⁵ FUENTE: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, 2005-2009

- Ecuandes (Quito),
- Coprobich (Riobamba),
- Fruits & Fruits (Quito),
- Corporación Noubi Sac (Trujillo Perú),
- Comercial Delbueno Eirl (Perú),
- Andino Trade Investment SAC (Perú), y
- Kana Bolivia Export (Bolivia)

2.1.2.5. Factores Políticos y Legales

Tabla # 6 Factores Políticos y Legales

Factores Políticos	<p>Poder Ejecutivo: Lo ejerce el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Cargo en el que se desempeña por seis años sin reelección posible. El Presidente tiene amplias facultades, entre ellas la capacidad de nombrar a los miembros de su gabinete, promulgar las leyes aprobadas por el Poder Legislativo y ejercer la Comandancia Suprema de las Fuerzas Armadas de México.</p> <p>Poder Legislativo: Reside en el Congreso de la Unión, que se divide en dos cámaras, compuesto por un Senado y una Cámara de Diputados.</p> <p>Poder Judicial: Recae en la Suprema Corte de Justicia de la Nación y en un conjunto de tribunales inferiores y especializados.</p> <p>Políticas comerciales:</p> <p>Relaciones Internacionales y Regionales</p> <p>UNICEF Fondo De Naciones Unidas Para La Infancia</p> <p>FMI Fondo Monetario Internacional</p> <p>ONU Organización De Las Naciones Unidas</p> <p>OMS Organización Mundial De La Salud OMPI Organización Mundial De La Propiedad Intelectual</p> <p>OMM Organización Meteorológica Mundial</p> <p>UNESCO Organización De Las Naciones Unidas Para La Educación, La Ciencia Y La Cultura</p> <p>UIP Unión Inter Parlamentaria</p> <p>OIT Organización Internacional Del Trabajo</p> <p>FAO Organización De Las Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación</p> <p>CICR Comité Internacional De La Cruz Roja</p> <p>OIM Organización Internacional Para Las Migraciones</p> <p>CD Conferencia De Desarme</p> <p>OCHA Oficina Para La Coordinación De Asuntos Humanitarios</p> <p>G-15 Grupo De Los Quince</p> <p>ACNUR Oficina Del Alto Comisionado Para Los Refugiados</p> <p>ITC Centro Internacional De Comercio</p> <p>UNDIR Instituto De Las Naciones Unidas Para El Desarme De Armas</p> <p>ECOSOC Consejo Económico Y Social De La Organización De Las Naciones Unidas</p> <p>CEPAL La Comisión Económica Para América Latina Y El Caribe</p> <p>OMC Organización Mundial Del Comercio</p> <p>ICC Cámara De Comercio Internacional</p> <p>UNCTAD Conferencia De Las Naciones Unidas Sobre Comercio Y Desarrollo ¹⁶</p>
	<p>Miembro de: OEA, ONU, OCDE, TLCAN, G-20, G-5, APEC, G.3, CIN, UL, ABINIA, Grupo de Río, OEI, AEC, Alianza del Pacífico, MIST, UFC, Interpol, CIJEG, Unesco ¹⁷</p>

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

¹⁶ Guía comercial de México/ Pág. 8-9 / <http://www.proecuador.gob.ec/>

¹⁷ Guía comercial de México/ Pág. 8-9 / <http://www.proecuador.gob.ec/>

México debido a que ha firmado acuerdos comerciales en tres continentes, se posiciona como una puerta de acceso a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores y 60 por ciento del PIB mundial.

Unos de los Tratados de Libre Comercio y Acuerdos que México ha firmado desde que ingresó al GATT (Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles, por sus siglas en inglés), destacan entre ellos, el Acuerdo Latinoamericano de Integración (ALADI) donde Ecuador es miembro, además consta el Acuerdo Regional No. 2 de Apertura de Mercados a favor de la República del Ecuador y el Acuerdo de Alcance Parcial No. 29 (AAP 29).¹⁸ Esta vinculación beneficia y fortalece los ámbitos comerciales entre ambos países con el intercambio de bienes y servicios. Además con la participación activa de México en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), participa de concesiones multilaterales y extiende el tratamiento recíproco de las naciones más favorecidas.^{19 / 20}

Factores Legales

“Ley Aduanera: Esta Ley, las de los Impuestos Generales de Importación y Exportación y las demás leyes y ordenamientos aplicables, regulan la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o salida de mercancías.”²¹

“Ley de Comercio Exterior: La presente Ley tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional, defender la planta productiva de prácticas desleales del

¹⁸ <http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/>

¹⁹ México y sus tratados de libre comercio con otros países/Secretaría de Economía.-ProMexico, Inversión y Comercio

²⁰ Tratados y Acuerdos/Sistema Integral de Información de Comercio Exterior-<http://www.siicex.gob.mx/>

²¹ LEY ADUANERA/Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 15 de diciembre de 1995/ Cámara De Diputados Del H. Congreso De La Unión/Secretaría General/Secretaría De Servicios Parlamentarios

comercio internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.”²²

Procedimiento para la importación de mercancías a México

Inscribirse en el padrón de importadores, cumplir con las regulaciones y restricciones no arancelarias, contratar los servicios de un agente de aduana o mediante un “apoderado aduanal²³” realizar la importación, según corresponda, pagar las contribuciones al comercio exterior que se conciben, así como los gastos de almacenaje, carga, descarga, transportación de la mercancía, entre otros, activar el mecanismo de selección automatizado y entregar los productos al interesado para que ésta ingrese al país.

“Recuérdese que el pedimento de importación es el documento que comprueba la legal estancia de las mercancías en México, es importante conservarlo y portarlo cuando se transporta la mercancía”. ²⁴

México como todo país al momento de ingresar un producto que se destinara al consumo humano, exterioriza exigencias para su ingreso. El producto de chocho en este plan de negocios cumplirá con una estructura operativa, regularizando los requerimientos que exige el mercado.

Se atenderá los siguientes requisitos de exportación:

Certificado Fitosanitario Internacional del SENASICA: Para poder ingresar a México mercancías de origen vegetal, previa inspección con el objeto de revisar y certificar que el producto se encuentre libre de plagas y enfermedades.

“La certificación fitosanitaria internacional se fundamenta en los textos de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), de la que México es signatario, y en las Normas Internacionales para Medidas

²² Ley de Comercio Exterior /Nueva Ley Publicada En El Diario Oficial de la Federación el 27 de julio de 1993/ Cámara De Diputados Del H. Congreso De La Unión/Secretaría General/Secretaría De Servicios Parlamentarios

²³ El apoderado aduanal es la persona a la cual los importadores otorgan poder para llevar a cabo operaciones de comercio exterior

²⁴ ¿Requiere importar a México? Su Socio en Importaciones a México/ <http://www.gai.com.mx/>

Fitosanitarias que emite la CIPF. La certificación se realiza mediante la inspección y otras actividades de sanidad vegetal y de acuerdo con la Ley Federal de Sanidad Vegetal son efectuadas por SAGARPA y coordinadas por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) que en el caso de México es la DGSV”²⁵

2.1.2.6. Tecnología Imperante

Tabla # 7 Tecnología Imperante

Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. E-mail 2. Internet 3. Marketing online 	Accede enviar y recibir información a través de la red de una manera más rápida y económica.
Tecnología	<ol style="list-style-type: none"> 1. La Televisión 	Por medio de la televisión, como método de publicidad; se promocionará la empresa y productos por medio de comerciales.
Proceso Software	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelo B2B 2. EDI 	Modelo negocio electrónico de BUSINESS TO BUSINESS (B2B). El intercambio electrónico de datos (EDI) usa una tecnología de comunicación electrónica, compartiendo información a través de internet con estándares internacionales de seguridad. ²⁶
Robótica	Robótica Industrial	México se ha colocado en el noveno mercado más importante para la venta de robots industriales y el segundo en cuanto al ritmo de crecimiento, debido al dinamismo que muestra la industria manufacturera. ²⁷

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

En México el aspecto tecnológico esta progresado tanto en la producción de autos y partes de aviones; es el primer fabricante de televisores y refrigeradores. El internet, e-mail y marketing online es el método de comunicación más rápida y económica que se optará, con el uso de la tecnología se contará con la televisión, como uso de publicidad para así dar a conocer el producto a los consumidos. En el proceso de software se efectuará el modelo BUSINESS TO BUSINESS (B2B) y el intercambio electrónicos de datos (EDI). México siendo el noveno mercado más importante para la venta de

²⁵ SAGAPARTA. Secretaria de agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación/http://www.senasica.gob.mx/?id=4533

²⁶ Comunicación de datos / Monografías

²⁷ TECNOLOGÍA La industria mexicana se 'robotiza'/2013 por Hugo Domínguez/ Manufactura(Información estratégica para la industria)

robots industriales y el segundo en cuanto al ritmo de crecimiento cuenta con robótica industrial.

2.1.3. Microambiente Externo

Tabla # 8 Ecuador

Capital	Quito
Superficie	
• Total	283,520km ²
Población	16'013,143 hab. (2014)
Densidad	54.49 hab/km ²
Idioma	Español
PIB (nominal)	
• Total (2012)	USD\$ 88.186 millones
• PIB per cápita	USD\$ 6,089
Moneda	Dólar estadounidense

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

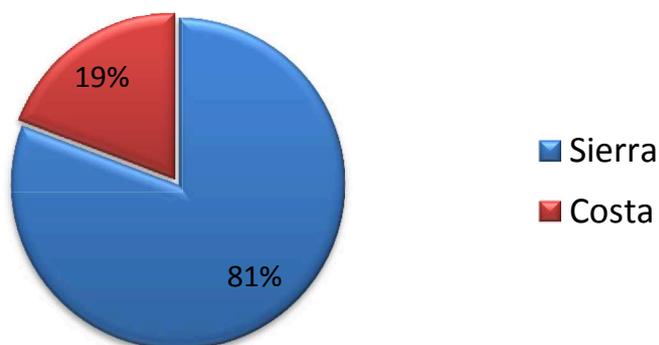
Ecuador, oficialmente República del Ecuador es un país situado en la región noroccidental de América del sur: su capital es Quito esta constituida por 24 provincias, con un total de población de 15'761,731 y con una densidad de 54.49 hab/km², el idioma oficial es el español, un PIB total de 88,186 millones ²⁸

Ecuador es un país diverso en cuanto a productos agrícolas, debido a la variedad del clima en cada una de sus regiones. En la sierra se encuentran muchos productos ricos en proteínas y con los nutrientes necesarios para una buena alimentación, uno de estos productos es el chocho; esta leguminosa es rica en vitamina y con un alto valor nutritivo, hoy conocida como un producto andino característico del Ecuador, el mismo que actualmente está logrando una aceptación favorable destacándose por su producción en las tres zonas principales como son: al Norte la provincia del Carchi e Imbabura en el centro las provincias de Cotopaxi, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar y finalmente al Sur con Cañar, Azuay y Loja. ²⁹

²⁸ Ecuador – Fuente: Wikipedia

²⁹ Proyecto PFN-03-060- "USOS ALTERNATIVOS DEL CHOCHO" Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP. Estación Experimental Santa Catalina, EESC. Departamento de Nutrición y Calidad de Alimentos-Quito-Ecuador (2006)

Grafico # 5 Consumo de Chocho



No existen cifras actualizadas sobre la producción y el número de hectáreas sembradas. Sin embargo, de acuerdo a estimaciones del Iniap, por el momento existirían alrededor de 8.000 hectáreas sembradas. En el último censo agropecuario (2000) se registraron 6.000.³⁰ El chocho es producido por pequeños agricultores de la sierra, la mayoría es sector más pobre de la región. En la actualidad, en el Ecuador, consume principalmente la población urbana la sierra (80% de la producción) y la costa (19%)³¹

Tabla # 9 Localización de la superficie potencial para el cultivo de chocho

Zonas	SL		LL		LI	
	(HA)	(%)	(HA)	(%)	(HA)	(%)
Tulcán Ibarra	14,473	16	16,851	32	10,168	16.0
Quito Latacunga	59,368	68	16,564	31	23,247	37.0
Riobamba Cañar	13,817	16	19,639	37	29,274	46.7
Cuenca Loja	0	0	0	0	164	0.3
Total	87,658	100	53,054	100	62,853	100

SL= Sin limitaciones

LL= Limitaciones ligeras

LI= Limitaciones importantes

“Para el cultivo de chocho en a nivel de cantones se observa la localización de las superficies potenciales, presentando las zonas donde se cultiva y el tipo de limitación existente para cada una.

³⁰ ECONOMÍA El chocho, un potencial desperdiciado- La hora Nacional, 2011

³¹ Cultivo de granos andinos en Ecuador: informe sobre los rubros quinua, chocho y amaranto - Sven-Erik Jacobsen, Stephen Sherwood- Editorial Abya Yala, 2002 - 90 páginas

Quito-Latacunga tienen el mayor porcentaje (68%) de superficie para cultivar sin limitaciones (SL), seguido de Tulcán-Ibarra y Riobamba-Cañar con 16% cada zona, mientras que en Cuenca-Loja no existen superficies sin limitaciones. El total determinado para las cuatro zonas con áreas sin limitaciones es igual a 87,658 ha. En estas mismas zonas se encuentran también superficies con limitaciones ligeras (LL) y limitaciones.”³²

Comercialización de Chocho

“La comercialización del grano de chocho se realiza de varias formas. Los productores venden a los intermediarios en los mercados locales como Guamote, Alausí, Latacunga, Saquisilí, Cayambe, Otavalo y Cotacachi, los cuales a su vez distribuyen a los procesadores.

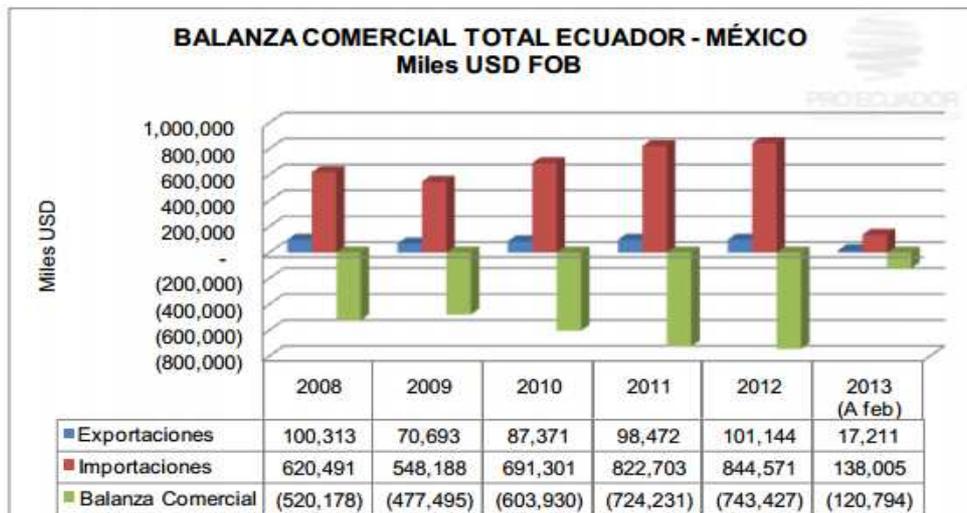
Los productores de las provincias de Chimborazo (69%) y Pichincha (71%) consideraron que el precio del chocho en el mercado es bajo y que en muchos casos no permite recuperar la inversión realizada en el cultivo; mientras que en Imbabura (82%) y Cotopaxi (46%) los productores manifestaron que el precio que reciben por la venta del producto es justo porque la calidad del grano es mejor (tamaño del grano).”³³

La Balanza Comercial entre Ecuador y México es la siguiente:

³² Zonificación potencial, sistemas de producción y procesamiento artesanal del chocho (*lupinus mutabilis sweet*) en Ecuador FUENTE: Iniap, 2000

³³ Zonificación potencial, sistemas de producción y procesamiento artesanal del chocho (*lupinus mutabilis sweet*) en Ecuador FUENTE: Iniap, 2000

Tabla # 10 Ecuador-México



Fuente: PROECUADOR

La balanza comercial entre Ecuador y México en los últimos años demuestra que las exportaciones son menores que las importaciones y la balanza comercial ha tenido un saldo negativo durante los últimos años, y que el año 2013 fue de 120,794 millones de USD.

Es conveniente fomentar las exportaciones de productos ecuatorianos al mercado de México con el propósito de alcanzar el déficit de exportaciones de productos mexicanos.

2.1.4. Síntesis de Oportunidad y Amenazas

Se han observado las oportunidades y amenazas para este proyecto que pueden existir en el lapso de la comercialización.

El mercado de México, D.F. es un mercado viable para realizar negociaciones, este país comprende una densidad de población muy amplia. Los gustos y preferencias de los consumidores activos van desde los productos naturales y nutricionales hasta los productos industrializados.

Tabla # 11 Oportunidades y Amenazas

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencias en consumir productos nutritivos y naturales. • Aranceles preferenciales. • Buena capacidad de producción de chocho ecuatoriano. • Incremento en la población estable y considerable al rendimiento del negocio.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • El chocho es un producto sensible a las plagas y enfermedades. • Competencia de buena producción de chocho Boliviano y Peruano. • Introducción del producto a un mercado nuevo.

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

2.1.5. Análisis de la Industria

2.1.5.1. Antecedentes Generales y Evolución de la Industria

- **Tamaño del Mercado Objetivo:** El mercado objetivo es la ciudad de México principalmente a hombres y mujeres de todas las edades por ser el grano más rico en este micronutriente.
- **Productos Sustitutos:** Los principales productos sustitutos tenemos: el frejol de soya, las semillas de chíá³⁴, frejoles, habas, guisantes³⁵, garbanzos³⁶ y otras leguminosas ricas en proteínas y nutrientes.

“México es un país que produce una gran variedad de frejoles con excelente calidad y características nutricionales distintivas. En la ciudad de México y la Zona Metropolitana consume la mayor cantidad de frejoles en todo el país. A próximamente el 55% prefieren consumir frejoles.”³⁷

³⁴ Semillas de chíá son conocidas como fuente vegetal de omega-3 y fibra, y sus efectos positivos para la salud incluyen aumentar la energía, estabilizar azúcar en sangre, ayudar a la digestión y reducir el colesterol.

³⁵ **Guisantes:** Son las arvejas

³⁶ Garbanzo es rico en proteínas, en almidón y en lípidos (más que las otras legumbres) sobre todo de ácido oleico y linoleico, que son insaturados y carentes de colesterol. Del mismo modo el garbanzo es un buen aporte de fibra y calorías.

³⁷ Preferencias del consumidor de frijol (*Phaseolus vulgaris* L.) en México: factores y características que influyen en la decisión de compra diferenciada por tipo y variedad/ <http://www.uaemex.mx/feconomia/002e.pdf>

A continuación la posición del valor nutritivo del chocho en comparación con otros granos.

Tabla # 12 Valor nutritivo del chocho comparado con otros granos

PARÁMETRO	CHOCHO	SOYA	FREJOL	MANÍ
HUMEDAD	9.00	8.00	12.00	12.00
PROTEÍNA	51.07	40.00	22.00	27.00
GRASA	20.44	18.00	1.60	42.00
FIBRA	7.35	4.00	41.30	2.00
CENIZAS	2.38	5.00	3.60	2.00
E.L.N. *	18.75	17.00	68.50	19.00

*Extracto Libre de Nitrógeno

Porcentaje sobre materia seca de grano ³⁸

- **Principales Competidores**

Las principales competencias a nivel local son:

- Granos del Ecuador,
- Ecuandes,
- Coprobich y
- Fruits & Fruits. ³⁹

Y a nivel internacional:

- Corporación Noubi Sac,
- Comercial Delbueno Eirl
- Andino Trade Investment Sac
- Kana Bolivia Export ⁴⁰
- **Proveedores de Materias Primas:** Como proveedores de materia prima contamos con la región Sierra de Ecuador. Se cuenta con la capacidad de disponibilidad de un 95% aproximadamente de total de granos producidos, para el proceso de elaboración del grano dispuesto para la venta, estos porcentajes varían en la situación de la materia prima (calidad).

³⁸ Poscosecha y mercado de Chocho en Ecuador

³⁹ Empresas que exportan chochos en Ecuador <http://ecuador.gugadir.com/>

⁴⁰ Empresas de tarwi / <http://www.solostocks.com/> <http://www.quiminet.com/>

- **Evolución de la Industria:** México es un mercado muy exigente, en la forma que va a ingresar un producto nuevo y debe cumplir con todos los acuerdos y normas de calidad.

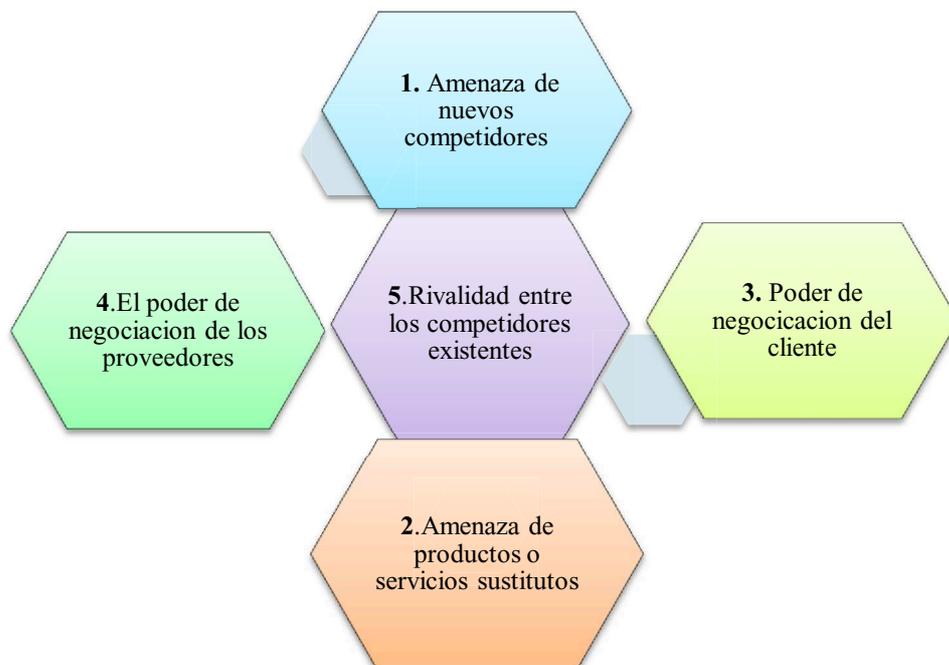
La producción del chocho tiene una buena aceptación en el mercado nacional y esto incentiva a que se involucre en el mercado mexicano con un gran potencial, sabiendo que México es un país desarrollado y tomando en cuenta el crecimiento de la industria observamos las principales competencias internacionales con gran trayectoria en la elaboración de chocho.

2.1.5.2. Análisis Estructural del Sector Industrial, 5 Fuerza de Porter.

La empresa “EcuGranos Cía. Ltda.” será segmentada y posicionarla dentro de la industria y en el entorno del consumo poblacional como una estrategia competitiva al desarrollo del negocio.

“EcuGranos Cía. Ltda.” según las fuerzas de Porter determinará el siguiente rendimiento de flujos:

Grafico # 6. 5 Fuerzas de Porte



1. Amenaza de los nuevos competidores

Podrían obtener un crecimiento más próximo en el mercado internacional por razones como: productos a precios bajo y de buena calidad, tecnología de calidad.

2. Amenaza de productos y servicios sustitutos

El chocho por su alto valor nutritivo es un excelente sustituto para productos de origen animal como por ejemplo carne, leche y huevo.

También puede sustituir productos de origen vegetal como las leguminosas de grano comestible, además de otros granos como los frejoles de soya, las semillas de chía, frejoles, habas, guisantes, avena, cebada garbanzos y otras leguminosas ricas en proteínas y nutrientes, a pesar que ninguno de ellos presenta un contenido de proteínas similares al chocho.

3. Poder de negociación del cliente

Para negociar con México se debe tener claro quién se hará cargo de la negociación, ya que los mexicanos les gusta tratar siempre con la misma persona, porque les gusta mantener lazos de “amistad” con las personas que negocian.

Puede darse el caso de que antes de hablar de negocios se hablen de temas de carácter informal, y es que a los mexicanos les gusta saber con quién hablan. Además, el ritmo de las negociaciones puede ser lento.

4. Poder de negociación de los proveedores

“EcuGranos Cía. Ltda.” va a contar con proveedores altamente calificados, los cuales suministrarán la materia prima (grano de chocho) de acuerdo a los requerimientos con los compradores, y los proveedores de insumos como: envase de plástico, cartones y otros.

2.1.5.3. Identificación y Caracterización de la Competencia incluidas sus Estrategias

Tabla # 13 Identificación y Característica de la Competencia

Empresa	Característica	Estrategias
Corporación Noubi Sac	-Corporación Noubi Sac exporta granos secos de tarwi o chochos. -Envió en granos y por toneladas	-Distribuido a proveedores -Producto netamente natural, una vez cosechado es desinfectado. -Presentación/Empaque: En fundas de polipropileno de 25kg. /50Lbs. ⁴¹
Fruits & Fruits	Fruits & Fruits exporta granos de chochos congelados	Comercializa con IQF a diferentes mercados internacionales ⁴²
Granos del Ecuador	Granos de Ecuador exporta granos secos de chochos	-Productos de calidad -Distribuido a proveedores

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Granos del Ecuador, Fruits & Fruits y Corporación Noubi Sac son las principales competencia que tiene “EcuGranos Cía. Ltda.”. Se caracterizan en la forma de exportar el chocho, sus precios son variados, y tienen una similitud en la forma de comercializar sus productos en diferentes lugares, para así llegar al consumidor final.

2.1.5.4. Identificación y Caracterización de la Demanda

El producto del chocho en el mercado de México no existe aún una competencia directa, pero existe un producto de similares características al chocho (*lupino mutabilis*), se trata del altramuz (*lupino albus*); en este país existe el cultivo de la planta y es considerado para el consumo del ganado.

El consumo del chocho se orientará el consumo por parte de los niños de 4 a 12 años de edad de la ciudad de México de cualquier estatus económico, pues se considera que el consumo de este, reducirá el porcentaje de obesidad en la niñez, ya que actualmente es el país del mundo con mayor porcentaje de niños obesos.⁴³

⁴¹ Información detallada de chocho tarwi: <http://www.solostocks.com/>

⁴² <http://ecuador.gugadir.com/>

⁴³ ProEcuador – Chocho

Tabla # 14 Demanda Actual y Potencia

Años	Producción de Soya/Toneladas	Consumo en México D.F.	Población Ciudad de México	Población Consumidora	Consumo Kilos/Año por Habitante	% Crecimiento Producción	Crecimiento Población	Incremento % Consumo
2009	5.805,88	29,00%	8.800.000,00	2.552.000,00	2,28			
2010	7.391,47	29,00%	8.851.080,00	2.566.813,20	2,88	27,31	0,58	-
2011	11.531,79	29,00%	8.851.080,00	2.566.813,20	4,49	56,01	-	-
2012	19.598,33	29,00%	8.852.475,00	2.567.217,75	7,63	69,95	0,02	-
2013	3.496,49	29,00%	8.881.958,00	2.575.767,82	1,36	(82,16)	0,33	-
PROMEDIO					3,73	17,78	0,23	-

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

2.1.5.5. Dimensionamiento de la Demanda Actual y Potencial

Para el cálculo del dimensionamiento de la demanda actual y potencial se tomó en cuenta datos de la producción y el consumo existente de Soya en México D.F., como el principal producto sustituto del chocho. ⁴⁴

Tabla # 15 Proyección de la Demanda Actual y Potencial

Años	Producción de Soya/Toneladas	Consumo en México D.F.	Población Ciudad de México	Población Consumidora
2013	3.496,49	29,00%	8.881.958,00	2.575.767,82
2014	4.118,13	29,00%	8.902.592,20	2.581.751,74
2015	4.850,29	29,00%	8.923.274,33	2.587.749,56
2016	5.712,62	29,00%	8.944.004,51	2.593.761,31
2017	6.728,27	29,00%	8.964.782,85	2.599.787,03
2018	7.924,49	29,00%	8.985.609,47	2.605.826,74
2019	9.333,39	29,00%	9.006.484,46	2.611.880,49

ELABORADA: ANA BELEN TOBAR

Como mercado objetivo, la población de México D.F. tiene un total de 8.881.958 habitantes y un 0.23% de tasa de crecimiento, se obtuvo mediante un estudio que el 29% de la población de México D.F. consume soya con un promedio por año de 3,73 kilos por persona que consume todos los derivados de soya. ⁴⁵

⁴⁴ - Población total, hombres y mujeres a mitad de cada año por edad quinquenal según municipio/SINAIS(Sistema Nacional de Información en Salud)

-INEGI Información de México para

niños/cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/DF/Poblacion/default.aspx?tema

-El Banco Mundial / <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

-SAGARPA/ Importación de Frijol de Soya/ Julio 2010

-La historia del uso de la soya en México, su valor nutricional y su efecto en la salud/Salud pública Méx vol.51 no.3 Cuernavaca may./jun. 2009

⁴⁵ LIBRO: Producción y Comercio Internacional de Frijol Soya/Emilio García Gutiérrez – Martha Teresa López Forero

2.1.5.6. Dimensionamiento de la Oferta Actual y Potencial.

Para el cálculo de la oferta actual y potencial se tomó en cuenta datos de la producción e importaciones de Soya, como el principal producto sustituto del chocho.⁴⁶

Tabla # 16 Proyección de la Oferta Actual y Potencial

Años	Producción de Soya/Toneladas	Importaciones	Oferta Total
2013	3.496,49	583.655,68	587.152,17
2014	3.616,26	551.570,37	555.186,63
2015	3.740,13	521.248,89	524.989,01
2016	3.868,24	492.594,27	496.462,51
2017	4.000,74	465.514,88	469.515,62
2018	4.137,78	439.924,12	444.061,90
2019	4.279,51	415.740,17	420.019,68

ELABORADA: ANA BELEN TOBAR

Como resultado se obtiene que la oferta total en el 2013 sea de 587.152,17 toneladas como resultado de la suma de las importaciones y de la producción de soya en el mercado de México D.F. y se estima un promedio de crecimiento de producción de 3.43% y las importaciones un crecimiento negativo de -5,50%.

2.1.5.7. Síntesis de Oportunidades y Amenazas

Tabla # 17 Oportunidades y Amenazas

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Gran potencial de producción de chocho ecuatoriano• Buena demanda en el mercado objetivo de México, D.F	Amenazas	<ul style="list-style-type: none">• Alta elasticidad de precio en la competencia• Aumento de las exigencias de calidad de la materia prima
----------------------	--	-----------------	---

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

⁴⁶ - La semilla de soya, es el principal producto de importación del sector agropecuario/09Mayo2014.
- SAGARPA / Crece 103 por ciento la producción de cártamo y soya /13 Marzo 2011
- Financiera Rural/Dirección General Adjunta de Planeación Estratégica y Análisis Sectorial
Dirección Ejecutiva de Análisis Sectorial/Semilla para Siembra de Soya/Febrero 2013

2.1.6. Análisis FODA

2.1.6.1. Análisis Frente Externo (Oportunidades y Amenazas)

Tabla # 18 Análisis Frente Externo

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Producto nuevo.• Existencia de varios organismos financieros, que proporcionan créditos a negocios.• Crecimiento en el mercado de chocho.• Posicionamiento del mercado.• Pocos competidores en la localidad.• Producto competitivo.• Facilidad de comercio exterior entre México–Ecuador por los convenios internacionales existentes.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la producción en otros países.• Cambios invariables en las políticas alineadas en el sector macro empresarial.• Inestabilidad política.• Barreras arancelarias.• Barreras comerciales.• Desastres naturales.

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

2.1.6.2. Análisis Frente Interno (Fortalezas y Debilidades)

Tabla # 19 Análisis Frente Interno

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">• Decisión de emprender una empresa, para poder crear fuentes de trabajo.• Noción de la tecnología para elaborar chocho desamargado.• Producto natural.• Producto de calidad con alto valor nutritivo• Formas de comercialización adecuadas.• Recursos humanos calificados, motivados e implicados con los propósitos de la empresa.• Maquinaria y equipos de alta calidad para la elaboración del producto.• Precios competitivos.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">• Falta de conocimiento del tipo de clientes del mercado a nivel internacional.• Una marca no reconocida.• La producción de chocho en el país aún es pequeña a pesar de la abundante materia prima existente• Asimetrías de información en cuanto a precios.

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

2.1.7. Viabilidad Estrategia de Invertir

Se aporta un informe para tomar la decisión de invertir en la empresa, ayudando al inversionista con su toma de decisión. Indicando su factibilidad:

Tabla # 20 Viabilidad Estratégica de Invertir

VIABILIDAD ESTRATEGICA DE INVERTIR	
MATRIZ DE ATRACTIVIDAD (OPORTUNIDAD)	COMPETITIVIDAD (FORTALEZA)
Mercado potencialmente amplio	Innovación
Económicamente rentable	Mano de obra calificada y una variedad de maquinarias de alta tecnología
Consumidores potenciales	Marca país

ELABORADA: ANA BELEN TOBAR

2.2. Planteamiento Estratégico

“EcuGranos Cía. Ltda.” establecerá líneas de acción, las cuales va a seguir durante un periodo de tiempo, considerando la variabilidad y diversidad de los medios que se ejecutan.

2.2.1. Visión y Misión

2.2.1.1. Visión

Para el 2020 se una empresa venerada y confiable en el Ecuador, marcando medidas de excelencia dentro del mercado de chochos pre-salados, listo para el consumo humano.

2.2.1.2. Misión

Ser conocidos como una amistosa, cuidadosa y eficiente organización, cuyo principal objetivo es brindar a los consumidores con seguridad de chochos de alta calidad nutricional y buena presentación.

2.2.2. Objetivos Estratégicos

- Plantear un plan de exportación para fomentar la comercialización de chocho “EcuGranos Cía. Ltda.” a México, D.F – México.
- Obtener rentabilidad económica a través de nuestro producto.
- Establecer los canales y redes de distribución para el producto.
- Entregar un producto de calidad de acuerdo a las exigencias que tiene el mercado mexicano.

2.2.2.1. Financieros

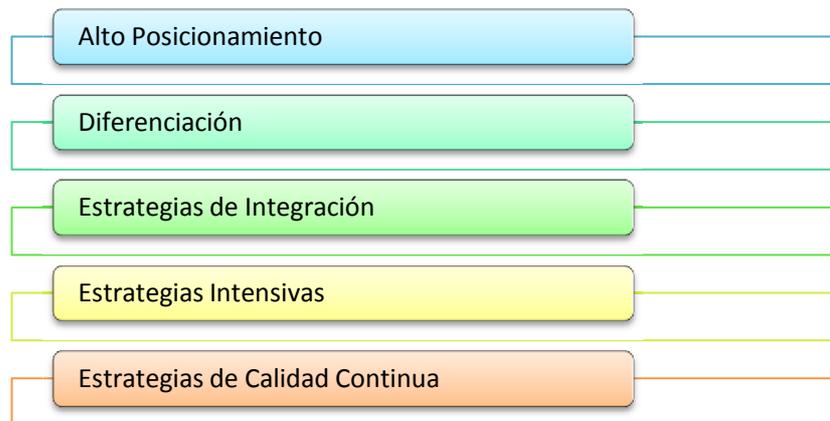
- Ceder al negocio de capital del trabajo.
- A través de un financiamiento equitativo se aumentará los activos.
- Mantener el pago de los acreedores con puntualidad.

2.2.2.2. No Financiero

- Optimizar los recursos logísticos internos del producto final.
- Ofrecer un excelente producto de calidad nutritiva para la satisfacción del consumidor.
- Ocasionar motivación a los empleados de una manera continua
- Registrar la marca de EcuGranos.

2.2.3. Estrategias

Grafico # 7 Estrategia



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

- 1. Alto Posicionamiento:** Se efectuarán campañas publicitarias de venta directa durante 5 años dentro de la cadena comercial de OXXO, para así posicionar el chocho desamargado e introducir en la mente de los consumidores del mercado objetivo; el producto ecuatoriano. Se ofrecerá el producto a menor precio y así se ganará mayor clientela.
- 2. Diferenciación:** EcuGranos tratará de diferenciar el producto y los servicios que ofrecerá, organizando características de mayor

importancia para los consumidores. Se agregará un costo agregado para poder diferenciar el producto por su calidad. El precio será su principal diferenciación del producto.

- 3. Estrategias de Integración:** “EcuGranos Cía. Ltda.” su principal distribuidor del producto es la cadena comercial Oxxo (Cadena de Tiendas) encargada de distribuir su producto en las tiendas Oxxo de México, D.F.
- 4. Estrategias Intensivas:** Se incursionará una estrategia para aumentar las ventas al mercado mexicano, como son las políticas de precio fijo y las actividades promocionales.
- 5. Estrategias de Calidad Continua:** Mejorar los métodos de producción de chocho; vigilando la calidad del producto y del servicio. También realizar constantes encuestas a los clientes.

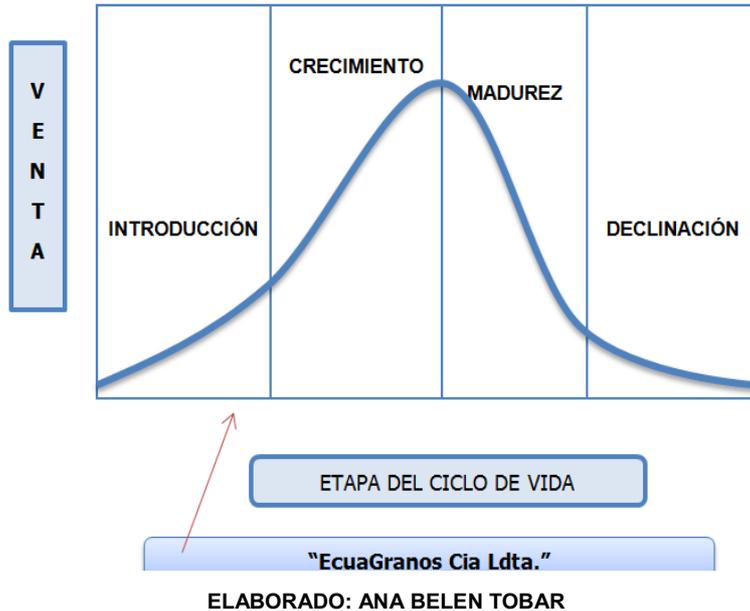
2.2.3.1. Cartera de Producto

“EcuGranos Cía. Ltda.” oferta en su cartera de producto únicamente chochos pre-salados en una funda de plástico sellada de 500 gramos.

2.2.3.1.1. Matriz Atractivo-Competitividad

Un producto con diferentes niveles de participación e índices de crecimiento en el área del mercado; debe disponer “EcuGranos Cía. Ltda.” para considerarse una empresa exitosa.

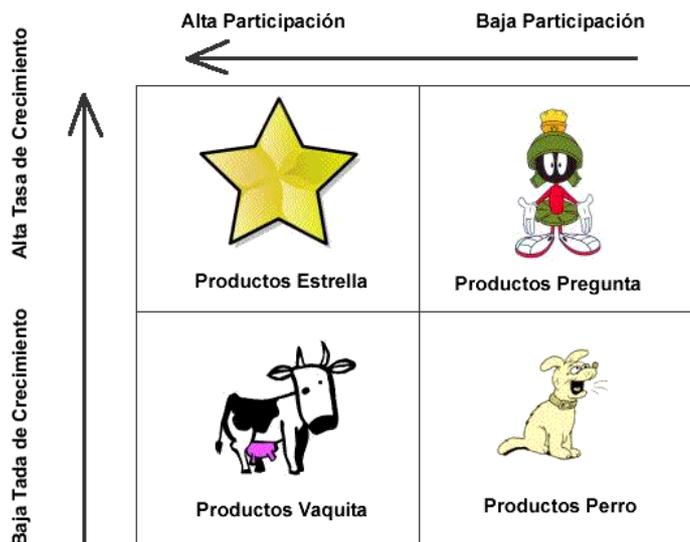
Grafico # 8 Matriz Atractivo – Competitividad



Por ser un producto nuevo en el mercado de México D.F se ubicará en el *enfoque de introducción*; “EcuGranos Cía. Ltda.” brindará al inicio un producto que el consumo va hacer una cantidad mínima con una expectativa de mantener por un largo tiempo en crecimiento el chocho pre-salado.

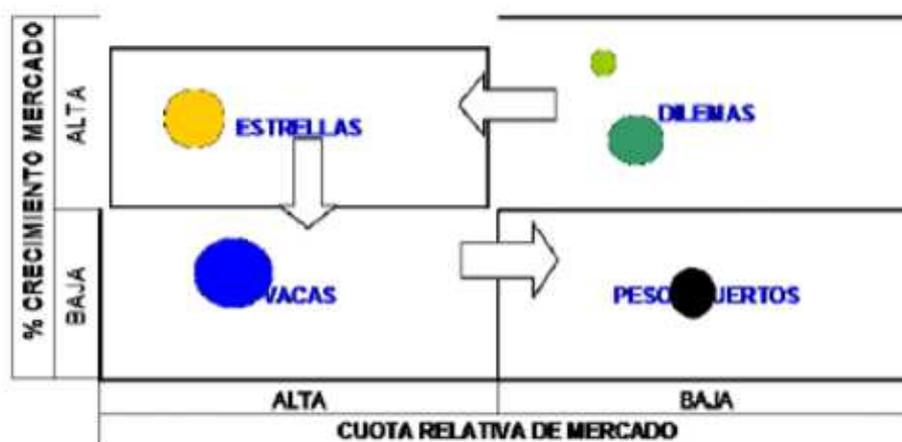
2.2.3.1.2. Matriz BCG

Grafico # 9 BCG



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Grafico # 10 BCG



Fuente: Pro Ecuador

EcuaGranos se le va a presentar una baja participación y una alta tasa de crecimiento a su tiempo en el mercado, formará parte de la categoría “Producto Dilemas” por ser un producto nuevo en el mercado mexicano. Para lograr que el producto de chocho pasara al cuadrante de estrella se debe incrementar el negocio en el mercado, administrando mucha liquidez.

2.2.3.2. Estrategias Genéricas de Desarrollo

- **Segmentación:** Se enfocará en un segmento específico del mercado, concentrándose en satisfacer las necesidades y/o gustos de un determinado grupo de consumidores, produciendo productos de alta calidad. “EcuaGranos Cía. Ltda.” está dirigido a aquellas personas que gustan de productos nutritivos.
- **Diferenciación:** Producir chochos 100% naturales, con alto nivel nutritivo siendo único y original, que logrará distinguirse de la competencia. EcuaGranos se enfocará en brindar chochos pre-salados listos para el consumo, en bolsas de plásticos selladas de 500 gramos.
- **Liderazgo de Costo:** Los productos que “EcuaGranos Cía. Ltda.” venderá serán a precios económicos por unidad, en el cual se

aumentará las ventas y se ganará una mejor participación en el mercado.

2.2.3.3. Estrategia de Crecimiento

Grafico # 11 Matriz Estrategia de Crecimiento



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

El crecimiento intensivo en el mercado mexicano, será la estrategia de **penetración de mercado**. "EcuGranos Cía. Ltda." a través de una mercadotecnia eficaz incrementará sus ventas, además se va conseguir la fidelidad de los consumidores, obteniendo una cartera de clientes tanto potenciales como reales; mediante el excelente precio del producto y los servicios que se les brindan a los clientes.

2.2.3.3.1. Crecimiento Intensivo en el Mercado de Referencia

A partir de las oportunidades esta estrategia de crecimiento perfeccionará los resultados. Por medio de estas acciones se mejorará lo que ya se está ejecutando.

En la matriz de ANSOFF están reflejadas las opciones posibles

Grafico # 12 Matriz ANSOFF



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Penetración del Mercado: “EcuGranos Cía. Ltda.” incrementará la venta a un mercado existente el producto del chocho que iniciará como un producto no común y así se logrará una mayor participación, se promocionará el producto como estrategia; en el que se logrará atraer clientes de la competencia y nuevos consumidores.

- Posicionamiento de la marca de EcuGranos.
- Incrementar las ventas del producto de chocho en el mercado de México D.F.
- Incentivar a los clientes a que compren un producto nutritivo como lo es el chocho.

Desarrollo de Productos: Con el ofrecimiento del chocho como un producto nuevo, “EcuGranos Cía. Ltda.” lo reemplazará de los demás productos nutritivos existentes. Se implica la innovación como estrategia, desarrollando un producto con características de calidad, nutritivo y un empaque que diferencie de los otros productos.

- Mejorar el confort del producto (Seguridad).

- Implantar normas de calidad en el producto final.

2.2.3.3.2. Crecimiento Integrado de la industria.

“EcuGranos Cía. Ltda.” el crecimiento integrado está en valer la fortaleza para ejercer control sobre los distribuidores, proveedores y/o competidores que tiene una compañía en la industria.

Regresiva: Se encaminará en obtener clientes nuevos la compañía de EcuGranos.

Progresiva: Distribuir el producto del chocho en todo el mundo organizando un excelente canal de distribución.

Horizontal: Investigar a los competidores directos e indirectos de EcuGranos en el mercado de México.

2.2.3.3.3. Crecimiento por Diversificación Fuera de la Industria

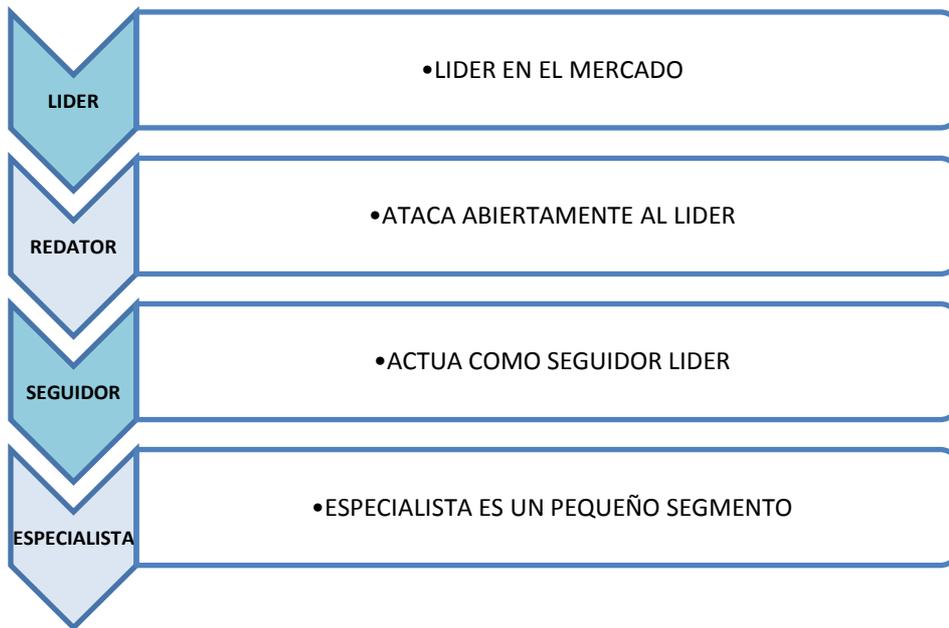
“EcuGranos Cía. Ltda.” a futuro podrá ser a nivel internacional una empresa competidora implementando productos innovados, clientes nuevos y tecnología de punta.

2.2.3.4. Estrategias Competitivas

EcuGranos plantea ser competitivo y atractivo en el mercado de México D.F., colocando ventas, manifestándose con un buen posicionamiento en dicho mercado y conservar una perspectiva comercial.

Las estrategias que están introducidas en el mercado son:

Grafico # 13 Estrategias Competitivas



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

“EcuGranos Cía. Ltda.” brindará un producto listo para el consumo, el chocho será pre-salado, lo cual lo convierte en un producto con valor agregado que le da la especialidad como estrategia de mercado, además tendrá convenios con la cadena comercial de mayor prestigio, como lo es Oxxo de México D.F., en cuyas instalaciones no existen proveedores de chochos, haciendo que el crecimiento y posicionamiento en aquel mercado sea más factible.

2.2.3.5. Estrategias de Desarrollo Internacional

Una vez que el producto este posicionado en el mercado internacional se analizará todos los aspectos económicos, con el fin de optimizar una producción de alta calidad que permita ofertar un volumen considerable hacia el mercado mexicano.

- Mantener en todo su ciclo de vida, la calidad del producto.
- Considerar la amplitud del mercado.
- Protegerse la empresa de la competencia.
- Reducir costes de producción.

La estrategia que se consideró para alargar el ciclo de vida de producto es la innovación constante, nuevos usos para el consumo del chocho.

2.2.4. Sistema de Valores

Para producir cambios a favor del perfeccionamiento los valores son esenciales. EcuGranos perseverará brindando un servicio confiable y de alta calidad con constancia, esto con el tiempo a través de valores; se aseverarán.

2.2.4.1. Valores Finales

EcuGranos optará un fuerte compromiso social y moral en el ámbito de la ética; con la que promoverá la implementación de prácticas empresarias.

En la puntualidad EcuGranos se diferenciará de las empresas de la competencia porque la “entrega a tiempo” será el valor más importante en el aspecto corporativo.

2.2.4.2. Valores Operacionales

- En el aspecto de productividad y calidad, EcuGranos va a producir una gran cantidad de chochos en un periodo menor de tiempo, utilizando gran cantidad de recursos o insumos de calidad. Así mismo se contará con máquinas y equipos de mejor calidad.
- En capacitación y receptividad, la empresa va a tener un progreso individual y colectivamente; capacitándose y aprovechando las oportunidades de impulsar la permuta de ideas.
- En el punto de enfoque en el cliente, EcuGranos buscará satisfacer por su totalidad al cliente, enfocándose en sus necesidades.

CAPÍTULO 3. PLAN COMERCIAL

3.1. Objetivos del Capítulo.

- Concretar el direccionamiento comercial de la empresa por medio de la formulación del Plan Comercial.

- Satisfacer la demanda por medio de estrategias y ventajas competitivas para captar un segmento de mercado.
- Elaborar el marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación)

3.2. Análisis del Mercado de Referencia

“EcuGranos Cía. Ltda.” producirá chochos pre-salados, que serán dirigidos a la ciudad de México, D.F., por ser unas de las principales ciudades y con más población en México y así poder disminuir la tasa de obesidad alta que existe en la actualidad. Estos productos van dirigidos específicamente a consumidores que buscan productos nutritivos para así beneficiarse de buenos hábitos alimenticios.

3.2.1. Tipo y Estructura de Mercado

El tipo y estructura del mercado mexicano con relación a la alimentación de leguminosas para la disminución de obesidad que se presenta en la actualidad, muestra una oportunidad de ingresar al mercado productos nutritivos para el consumo de los habitantes de cualquier género de sexo y de toda clase social; este proyecto va dirigido concretamente a los niños.

3.2.2. Identificación y Análisis de Segmentos de Mercados Objetivos

“EcuGranos Cía. Ltda.” tiene como mercado meta a México, D.F. porque es la principal ciudad de México con mayor número de población y un alto nivel de consumidores de leguminosas. Se enfocará el consumo a niños de 4 a 12 años de edad, ya que actualmente México es el país del mundo con mayor porcentaje de niños obesos y de esta manera se lograría disminuir los malos hábitos de alimentación.

3.2.3. Identificación y Análisis de la Competencia Directa

La competencia nacional para “EcuGranos Cía. Ltda.” son las siguientes empresas, catalogadas como las principales exportadoras de granos de chocho en Ecuador.

- Granos del Ecuador,
- Ecuandes,
- Coprobich y
- Fruits & Fruits.⁴⁷

Las principales empresas de Bolivia y Perú, que son competencia directa de “EcuGranos Cía. Ltda.” que exportan granos de chocho a Estados Unidos y a Europa.

- Corporación Noubi Sac (Trujillo Perú),
- Comercial Delbueno Eirl (Perú),
- Andino Trade Investment SAC (Perú), y
- Kana Bolivia Export (Bolivia)⁴⁸

3.2.4. Factores Críticos de Éxito y Ventajas Competitivas a Desarrollar

El chocho al ser un producto nuevo en el mercado vienen a presentarse como un factor crítico de éxito, por razón se buscará tener una buena acogida por los consumidores; a pesar de ser un producto natural y con alto valor nutricional tendrá un sabor salado que le brindará tener una buena aceptación por parte de los consumidores.

Otro factor crítico de éxito es el poco abastecimiento de producción de la materia prima por eso se optará por brindar beneficios a los agricultores (una remuneración) para que cuando se presenten fechas de escasez me puedan abastecer con el producto.

⁴⁷ Empresas que exportan chochos en Ecuador <http://ecuador.gugadir.com/>

⁴⁸ Empresas de tarwi / <http://www.solostocks.com/> <http://www.quiminet.com/>

3.2.5. Demanda Insatisfecha del Mercado de Referencia.

<i>Oferta</i> <i>Estimada</i> (T)	-	<i>Demanda</i> <i>Estimada</i> (T)	=	<i>Demanda</i> <i>Insatisfecha</i> (T)
---	---	--	---	--

De donde, la demanda insatisfecha es igual:

$$587.157,17 - 2.575.767,82 = -1.988.610,65$$

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Como resultados del análisis de la oferta y demanda estimada en el mercado de México D.F. del producto sustituto del Chocho, que es el grano de Soja se obtuvo como resultado una demanda insatisfecha de – 1.988.610,65 toneladas en el año 2013.

3.2.6. Demanda que Atenderá el Proyecto

Los habitantes mexicanos tienen un ritmo de vida muy acelerado ya que es un país desarrollado, donde hombres y mujeres trabajan constantemente y no les queda tiempo para preparar una comida adecuada para ellos, ni para sus hijos. Se optará por comercializar un producto natural y nutritivo como lo es el chocho, y es un método rentable ya que ellos buscan mejorar los malos hábitos alimenticios, por medio del consumo de leguminosas.

Es por esto, que la demanda que atenderá el proyecto, se la ha estimado un total de 467 toneladas anuales, correspondiente a la capacidad de la empresa y de la demanda insatisfecha estimada de granos de Soja del año 2013 en México D.F.

3.3. Plan Comercial

3.3.2. Mix de Marketing

Mix de marketing se lo define como el conjunto de herramientas tácticas de marketing controlables, producto, precio, plaza y promoción; que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.⁴⁹

3.3.2.1. Auditoria y Estrategia de Producto

El producto que se va a comercializar es chochos pre-salados en bolsas de plástico selladas, sin ningún químico o aditivo, de 500 gramos. Además es rica por sus variedades nutritivas y su sabor.

3.3.2.1.1. Adaptación o Modificación Requerida

El grano de chocho será procesado para que así sea apto al consumo, cumpliendo con requisitos sanitarios obligatorios dentro del país y de México, además tendrá una presentación fácil de identificar con un etiquetado detallado como lo indica la normativa interna mexicana.

3.3.2.1.2 Atributos y Beneficios del Producto

El grano de chocho es 100% natural, sin preservantes, ni aditivos químicos, lo mejor de todo a buen precio, este producto tiene control de calidad y puede durar 30 días en refrigeración, con la finalidad de que los clientes puedan satisfacer sus necesidades y corrigiendo su modo de vida con una dieta nutritiva.

3.3.2.1.3. Componentes Centrales del Producto

Para la elaboración del Chocho Pre-salado “EcuGranos Cía. Ltda.” se utilizará: **Chocho (*Lupinus mutabilis sweet*) y sal.**

⁴⁹ http://www.farq.edu.uy/marketing/files/2013/04/marketing_mix_producto.pdf

3.3.2.1.4. Componentes de Envase

El panel principal se colocará en el lado de mayor exposición para el consumidor y el panel de Información será en la parte posterior del logotipo.

El chocho pre-salado su presentación será en:

- Bolsas de plástico selladas de 500 gramos

3.3.2.1.5. Componentes de Servicio de Apoyo

El servicio de apoyo del chocho será la información de la tabla nutricional; donde se detallará todo su sabor nutricional y así las personas al momento de comprar puedan estar al tanto de los datos selectos del producto y ayudará a la elección de compra.

Tabla # 21 Tabla Nutricional

Información Nutricional		
Tamaño de la porción: 100 g		
Energía 416 kJ (110 calorías)		
Energía de grasa o kJ (0 calorías en grasa)		
% del valor diario*		
Grasa Total	0 g	0%
Grasa Saturada	0 g	0%
Grasa Trans	0 g	0%
Colesterol	0 mg	0%
Sodio	925 mg	39%
Carbohidratos Totales	13 g	4%
Fibra Alimentaria	1 g	4%
Proteína	15	30%
* Porcentaje Diario requerido en base a una dieta de 8380 kJ (2.000 calorías). Sus valores diarios pueden ser más altos o más bajos dependiendo de las necesidades calóricas.		

3.3.2.1.6. Estrategia de Marca

Marca de chocho pre-salado es producida por “EcuGranos Cía. Ltda.”. EcuGranos establece una marca con el fin de garantizar el producto, lograr posicionamiento en la mente del consumidor y diferenciarlos de las marcas ya existentes en el mercado de México.

3.3.2.2. Auditoria y Estrategia de Precio

El precio se pacta tomando en consideración el margen de ganancia y los costos totales, estableciendo asimismo la partida arancelaria, el término de comercio a negociar y entre otros.

3.3.2.2.1. Términos de Venta (INCOTERM)

Para la exportación del chocho, el término de negociación a utilizar es el FOB (Free on Board), ya que es uno de los términos más utilizados en el comercio internacional.

FOB (Franco a Bordo)

Vendedor

“El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma, no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga. Es decir incluir los costos de: transporte terrestre hasta el puerto y el costo del porteo o THC.

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

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.”⁵⁰

Comprador

“El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.”⁵¹

El lugar de entrega será el puerto de Lázaro Cárdenas, con este puerto tenemos la facilidad de que nuestro producto llegue inmediatamente a comercializarse en México D.F., la finalidad es que el embarque llegue a tiempo y en óptimas condiciones para el consumo final. La transferencia de riesgos entre el Importador y Exportador se da el momento en que la mercancía es puesta a bordo.

A empresa proporcionará al importador:

- Factura Comercial
- Packing List,
- Certificado de Origen,
- Certificado Fitosanitario.

La naviera entrega en destino al importador la Orden de Embarque.

El exportador “EcuGranos Cía. Ltda.” Correrá con todos los gastos internos como son:

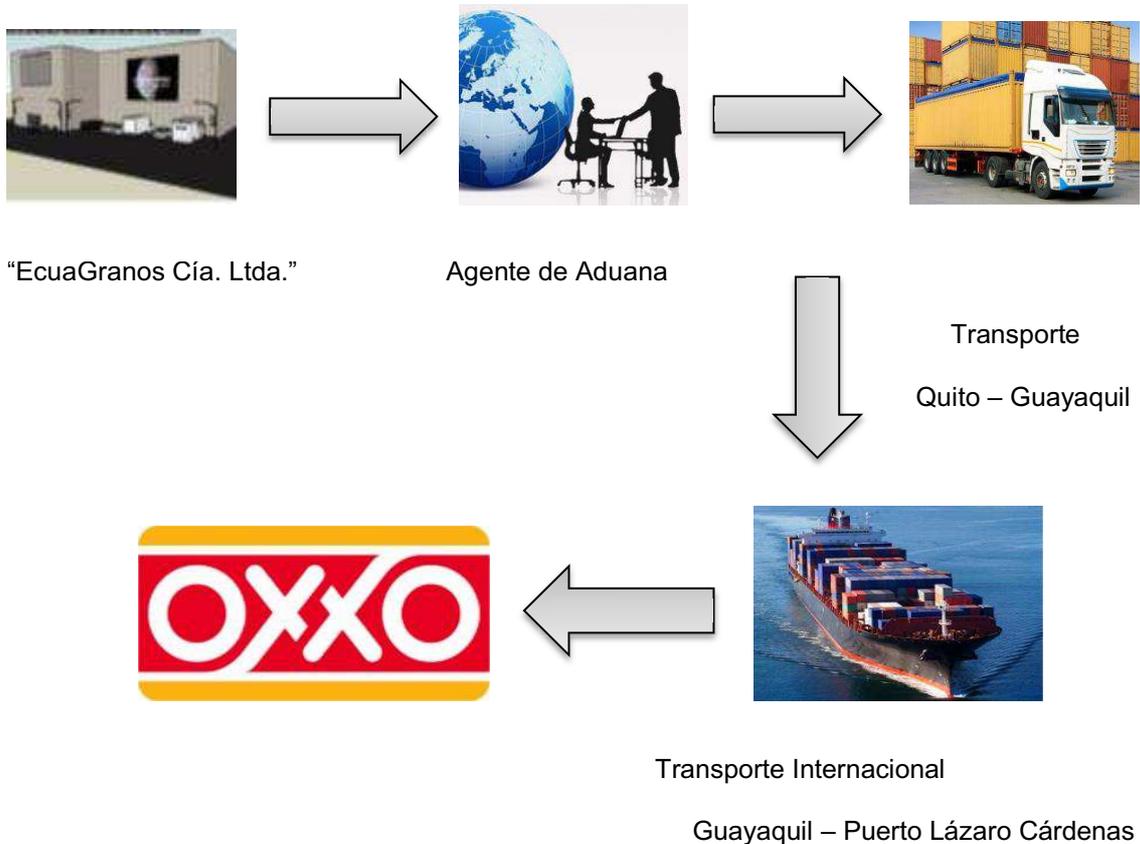
⁵⁰ProEcuador/Exportadores/FOB/www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/

⁵¹ ProEcuador/Exportadores/FOB/www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/

- Obtención de Certificados,
- Almacenaje,
- Transporte Interno QUITO-GUAYAQUIL,
- THC (Terminal Handling Container) o porteo de embarque.

Y una vez entregada la mercancía, el resto corre por cuenta del importador (broker).

Logística del Negocio



ELABORADA: ANA BELEN TOBAR

3.3.2.2.2. Partida Arancelaria

“De acuerdo con el sistema arancelario mexicano la partida arancelaria que aplica para este producto si se lo comercializa fresco es **07089099**, con un arancel de 10% y con el siguiente detalle:” ⁵²

Tabla # 22 Partida Arancelaria

Sección	II	Producto de reino vegetal
Capítulo	07	Hortalizas, plantas, raíces, tubérculos alimenticios
Partida	0708	Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas.
SubPartida	070890	- Las demás.
Fracción	07089099	Las demás.

ELABORADA: ANA BELEN TOBAR

3.3.2.2.3. Comparativo de Precios con la Competencia.

Empresas mexicanas que se dediquen a la producción de chochos desamargados listos para el consumo, estadísticamente no existen. Pero, se han identificado empresas que se dedican a la exportación de granos de chochos deshidratados a un costo estimado de \$ 0.70 centavos el kilo y ya hidratados entre \$ 1.50 a \$ 2.00 USD cada kilo. La mayoría de estas exportaciones es a Estados Unidos y una parte de Europa.

3.3.2.2.4. Auditoria de la Estructura de Precios.

Un estudio de INIAP, Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, indica que producir un quintal de chocho puede costar entre \$40 y \$45 USD, el mismo que se puede comercializar en el mercado nacional hasta en \$150 USD.

En la preparación del chocho, en cada kilo se pondrá entre 1 o ½ cucharada de sal.

⁵² ProEcuador/Boletín de Análisis de Mercados Internacionales/MÉXICO D.F. – MÉXICO Anabela Meza Cevallos - Oficina Comercial del Ecuador en México D.F. Oportunidad para el chocho como “snack saludable” en el mercado mexicano

Datos

Unidad: Caja de 36 Fundas

Cantidad de Chocho por Caja: 18Kgs.

Cantidad de Sal por Caja: 0,04

Cajas por Mes: 2160

Tabla # 23 Auditoria de Estructuras de Precios

	U	CAJAS MENSUAL	KGS. POR CAJA	CANTIDAD POR MES	VALOR USD	
					COSTO UNITARIO KG	COSTO POR CAJA
Grano de Chocho Deshidratado	KG	2.160,00	18	38.880,00	0,80	19,80
Sal	50 KG	2.160,00	0,04	86,40	0,07	5,88
Mano De Obra Directa						6,55
Costos Directos						17,11
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS						49,34
Costos Indirectos						2,42
Mano De Obra Indirecta						3,75
COSTOS TOTALES (CAJA)						55,51

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

3.3.2.2.5. Impacto del Tipo de Cambio en la Fijación del Precio.

La tasa de cambio al 20 de octubre de 2014 entre el Dólar Americano y el Peso Mexicano es de 13.551 pesos por cada dólar y 0.074 dólares estadounidenses por cada peso mexicano. Sin embargo no se ha considerado impacto alguno, por cuanto el pago de las exportaciones se hará en dólares y esta tasa de cambio no afectaría al negocio.⁵³

3.3.2.2.6. Fijación de Precio de Venta Unitario (de Exportación)

El precio de venta unitario de exportación del producto es de \$ 57.31 USD por caja aproximadamente, calculado con los costos logísticos. Hay que detallar que el Incoterm para esta negociación es FOB.

Tabla # 24 Costo de Exportación FOB del Producto

⁵³ <http://www.conversormonedas.com//2014>

	VALOR (USD)
	COSTO POR CAJA
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS	49,34
Costos Indirectos	2,42
Mano de Obra Indirecta	3,75
Costos Logísticos	1,80
COSTOS TOTALES (CAJA)	57,31

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

3.3.2.2.7. Costo Total Unitario.

El precio de venta total unitario será aproximadamente de \$ 74.5 USD para cada caja de chocho de 36 fundas de 500 gramos, en el que se incluye el 30% de utilidad empresarial, tal como se desglosa en el cuadro de continuación:

Tabla # 25 Costo Total Unitario

Costo Unitario (Caja)	57,31
Utilidad Empresarial 30%	17,19
Precio Unitario Final	74,50

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

3.3.2.2.8. Costos Logísticos.

Según los datos proporcionados por la Transoceánica, agentes NYK en Ecuador, los costos logísticos esta alrededor de \$ 3,400.00 USD por cada contenedor reefer de 40' por vía marítima del puerto de Guayaquil al Puerto de Lázaro Cárdenas, el transporte interno esta por alrededor de \$ 1000.00 USD por cada contenedor, el seguro terrestre se tomará de la suma del total del producto (materia prima) y el de transporte interno por el 0.60%; lo que aproximadamente tiene un costo de \$360.53 USD por cada contenedor. El THC puerto de origen está alrededor de \$150.00 USD, el afianzado de la aduana \$300.00USD aproximadamente con Franco & Franco Asociados Agentes Nacionales de Aduana, certificado fitosanitario y certificado de origen están aproximadamente entre \$40.00 USD cada uno.

3.3.2.2.9. Métodos de Pago Internacional

El procedimiento de cobro será a través de la **Carta de Crédito**, debido a ser una herramienta de uso internacional segura para ambas partes.

“La Carta de Crédito constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías se amplían según las cartas de créditos sean irrevocables y confirmadas, este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los documentos requeridos y se cumplan todos los términos estipulados en el contrato.”⁵⁴

Con el Banco de Pichincha y el Banco Nacional de México (Banamex) se hará la carta de crédito, siendo el Banamex uno de los bancos con más sucursales en todo el interior de México.

3.3.2.3. Auditoria y Estrategia de Distribución

Se establecerá la estrategia de distribución una vez tanteado el producto y el precio. Son las siguientes:

3.3.2.3.1. Modo de Transporte

Para exportar hacia México, se utilizará el modo de transporte marítimo. El tipo de contenedor será un reefer de 40'. El tiempo promedio hasta el puerto de Lázaro Cárdenas es de 20 días, con salidas semanales.⁵⁵

3.3.2.3.2. Puerto de Origen/Destino

Puerto de Origen

El Puerto Marítimo de Guayaquil será el punto de origen de la mercadería, se encuentra localizado en la Provincia del Guayas y en la ciudad de Guayaquil,

⁵⁴ Libro: PROCESO INTEGRAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Escrito por José Rey Pombo/ Págs. 250 y 251

⁵⁵ ProEcuador/ PERFIL LOGÍSTICO DE ESTADOS UNIDOS MEXICANOS/ http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_PL2013_MEXICO.pdf

dentro del golfo del mismo nombre en la costa occidental de América del Sur, siendo éste el más importante punto geográfico de la costa oeste de Sudamérica.⁵⁶

Puerto de Destino.

Grafico # 14 Puerto Lázaro Cárdenas



El puerto de destino será el Puerto Lázaro Cárdenas, es un puerto industrial y comercial con un acceso marítimo internacional líder en el Pacífico mexicano. La inmejorable posición beneficia el acceso a las naciones de la Cuenca del Pacífico y cede participar en las cadenas del transporte marítimo internacional más desarrolladas.

La localización geográfica del puerto es en los 17°54'58" latitud norte y 102°10'22" longitud oeste en la costa mexicana del Pacífico, donde limitan los estados de Michoacán y Guerrero. La ubicación geográfica es un fructífero micro-zona conocido como delta del Balsas, donde se despliega una gran actividad portuaria, comercial e industrial, dispone también de un atractivo puerto turístico a sólo 45 minutos llamado Ixtapa-Zihuatanejo; puertos que condescienden un complemento ideal para los negocios y el descanso.

El micro-zona del delta del Balsas, donde se ubica el puerto está enclavado en una región fuertemente económica, conformada por los estados de Michoacán, Guerrero, Querétaro, México, Distrito Federal y Morelos. En ella se asienta el

⁵⁶ Autoridad Portuaria de Guayaquil

⁵⁷ Puerto Lázaro Cárdenas <http://www.puertolazarocardenas.com.mx>

33 por ciento de la población total del país y participa con el 42 por ciento del Producto Interno Bruto en el ámbito nacional y con el 49 por ciento de la industria manufacturera. La región cuenta con 31 mil 581 kilómetros de carreteras y 36 mil 576 kilómetros de vías férreas. Existen tres aeropuertos internacionales y siete locales, uno de los aeropuertos locales se encuentra a sólo 15 minutos del propio Puerto Lázaro Cárdenas, en tanto que otro internacional está a sólo una hora.

Punto de enlace entre los mercados de Asia y Norteamérica gracias a una autopista directa y el corredor multimodal ferroviario Lázaro Cárdenas- Ciudad de Kansas.⁵⁸

3.3.2.3.3. Tipo de Regulaciones de Marca y Etiquetas en Destino Origen/Destino

“Todos los productos para la venta en México deben ser etiquetados en español antes de ser importadas dentro de México. La información que debe contener cada producto es generalmente:

- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador
- Marca y nombre comercial del producto
- Contenido neto del producto
- Instrucciones de uso, manejo y cuidados específicos
- Advertencias o precauciones en productos tóxicos y/o peligrosos

Esta información debe ser presentada adherida al producto, empaque o contenedor (dependiendo de las características del producto) y también debe estar sobre los productos expuestos para la venta detallista.

Las normas no especifican que países requieren que el etiquetado sea realizado desde el país de origen. Sin embargo, la regulación mexicana

⁵⁸ Puerto Lázaro Cárdenas <http://www.puertolazarocardenas.com.mx>

requiere la designación del país de origen y se recomienda que los exportadores incluyan esta información en las etiquetas.”⁵⁹

Etiquetado.

“La etiqueta debe contener:

- La denominación del producto que debe estar localizada en el tercio superior del panel principal, aparecer en forma visible y prominente en comparación al nombre, marca y denominación del producto.
- Declaración del contenido neto del envase que debe hacerse usando el sistema de medida: el sistema métrico decimal y el sistema inglés.
- Declaración de la lista de ingredientes que debe contener todos y cada uno de los ingredientes presentes en el producto de forma descendente, todos los ingredientes compuestos en alimentos.
- Igualmente, la declaración de ingredientes se debe localizar en el panel de información conjunto con el nombre y dirección del productor del alimento, o bien en donde se localice la información nutricional.

El Panel de Información nutricional ordinario debe contener los siguientes elementos:

- Todos los valores presentes en la etiqueta nutricional deben reflejar la información equivalente a la porción establecida.
- Nutrientes básicos aproximados según las reglas específicas.
- Columna de la declaración de valores diarios porcentuales estimados en función a una dieta de 2,000 calorías diarias.”⁶⁰

⁵⁹ ProEcuador/ PERFIL LOGÍSTICO DE ESTADOS UNIDOS MEXICANOS/ http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_PL2013_MEXICO.pdf

⁶⁰ ProEcuador/ PERFIL LOGÍSTICO DE ESTADOS UNIDOS MEXICANOS/ http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_PL2013_MEXICO.pdf

3.3.2.3.4. Tipo de Embalaje Requerido

El embalaje que cubre al producto con el fin de protegerlo y evitar daños en la manipulación desde el origen hasta el usuario final y que pueda resistir a las operaciones de transporte y distribución.

Serán empacados en cartones, con la finalidad de mantener la humedad adecuada y lograr mayor seguridad al momento de envío del producto; asegurando así una buena conservación. La información del peso, logo y sello de "EcuGranos Cía. Ltda." contará en el empaque al igual que el sello de la certificadora, código de exportación, el sello de hecho en Ecuador y el año de producción.

El envase será de bolsas de plástico selladas con capacidad de 500 gramos.



En cajas de cartón compuesto de 3 capas exteriores lisas y en el interior una capa ondulada lo que a este empaque le otorga una gran resistencia. Sus dimensiones 64x45x16 pueden contener hasta 36 unidades de bolsas de 500 gramos. Finalmente pueden ser colocadas alrededor de 1080 cajas de cartón en un contenedor de 40 pies, es decir 38,880 fundas de chocho.



3.3.2.3.5 Tipo de Contenedor o Medio de Transporte.

Razón de mantener el control de la humedad del producto se transportará en contenedores Reefer de 40 pies.

Figura # 2 Contenedor Reefer 40'



La cabida de un contenedor de 40 pies es de 5 cajas por el lado de 45 centímetros. A lo ancho, por 18 cajas por el lado de 65 centímetros. A lo largo y 12 capas a lo alto, lo que nos da un total de 1080 cajas por contenedor, el alto de 12 cajas, es en razón de que se debe considerar dejar 1 pie de ventilación superior.

3.3.2.3.6. Documentación Requerida

Los documentos exigibles para la importación son:

Tabla # 26 Documentos Exigibles para la Importación en México

Documentos de importación
Conocimiento de embarque
Commercial invoice
Declaración aduanera de importación
Lista de empaque

Doing Business 2013

61

⁶¹ ProEcuador / PERFIL LOGÍSTICO DE ESTADOS UNIDOS MEXICANOS / http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_PL2013_MEXICO.pdf

3.3.2.3.7. Tipos de Requisitos Sanitarios y Fitosanitario

Se requiere obtener y adjuntar los siguientes requisitos al ser un producto destinado al consumo humano:

- Registro SENASICA-02-022 emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Inocuidad y Calidad Agroalimentaria de México.
- Certificado Fitosanitario del SENASICA⁶², previa inspección con el objeto de revisar y certificar que el producto se encuentren libre de plagas y enfermedades.

3.3.2.3.8. Cadena de Distribución

Las grandes cadenas comerciales de OXXO que se dedican al mercadeo de alimentos de consumo humano, estará liderada para la distribución de chocho desamargado.

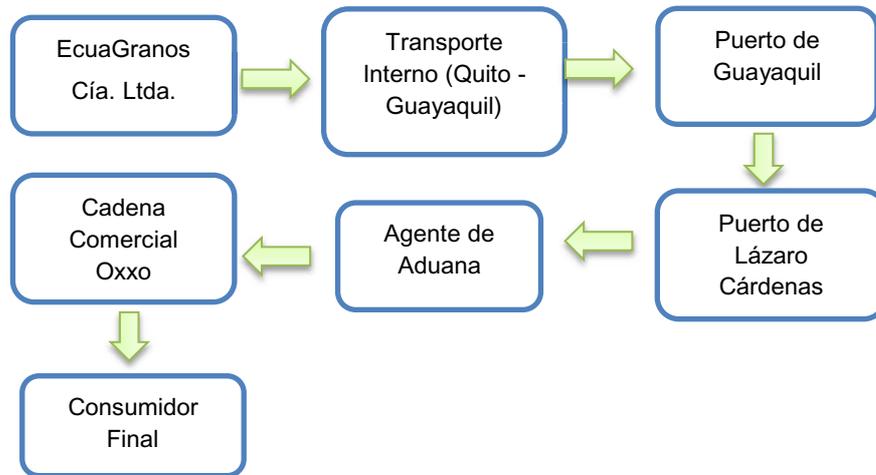
La cadena de distribución que se ha seleccionado se encargará de llevar los productos hasta el consumidor final.

3.3.2.3.9. Canal de Distribución Específico

El canal de distribución específico del producto terminado se da de esta manera:

⁶² PROECUADOR/ <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/ENElow.pdf>
<http://www.caaarem.mx/Bases/Acuerdos.nsf/33f0ed68c0c809b68625649e00642d69/c65d9a72e955f38a8625730f0075934f?OpenDocument>

Grafico # 15 Canal de Distribución “EcuGranos Cía. Ltda.”



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

3.3.2.3.10 Proveedores de Servicios de Comercio Exterior

Es obligatorio para “EcuGranos Cía. Ltda.” La intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- En los despachos de las exportaciones de mercancías cuyo valor sea igual o mayor de dos mil dólares de los Estados Unidos de Norte América USD 2,000.00.⁶³

Agencias de transporte de carga marítima.- “El agente embarcador en el transporte internacional actúa como un agente para el exportador cuando se lleva la carga al destino final. Estos agentes conocen las normas y reglamentos de los países extranjeros, los métodos de embarque, las reglas gubernamentales de exportación, y los documentos conectados con el comercio exterior.”⁶⁴

⁶³ Breve manual para la exportación en Ecuador (página 2) <http://www.monografias.com/trabajos62/manual-exportacion-ecuador/manual-exportacion-ecuador2.shtml#ixzz3HW7XVz9S>

⁶⁴ Principios básicos de la documentación en el comercio internacional / <http://intels.biz/cours/view/258>

3.3.2.3.11. Operativa de Comercio Exterior.

“Ecuagrano Cía. Ltda.” (Exportador) ante la Aduana, se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas, una vez realizado este paso se deberá:

- Registrar los datos ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE“s (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos y enviarlo electrónicamente.
- Llenar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cía. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.
- Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación.”⁶⁵

3.3.2.3.12. Modelos de Comercio Electrónico

“Ecuagrano Cía. Ltda.” aplicará como modelo de negocio electrónico **B2B** (business to business); de empresa a empresa: “Este modelo consiste en la venta de bienes o servicios entre empresas y tiene como funciones principales el aprovisionamiento y el intercambio electrónico de datos. Representa el modelo más extendido y con mayor volumen de negocio en la red.”⁶⁶

Conservar un nivel alto de competitividad en un mundo globalizado es imprescindible para el desarrollo económico de un país; el Comercio Electrónico es una herramienta muy eficaz para mejorar las actividades comerciales, “Ecuagrano Cía. Ltda.” Pondrá a disposición una página web

⁶⁵ CÓMO OBTENER EL REGISTRO DE EXPORTADOR / <http://www.cglogistics.com.ec/herramientas/exportador.pdf>

⁶⁶ ¿Cuáles son los diferentes modelos de comercio electrónico? / <http://www.cecarm.com/servlet/s.SI?METHOD=DETALLENOTICIA&sit=c,732,m,2638&id=19733&idt=420>

para ofrecer su producto donde los consumidores pueden solicitar información o brindar sugerencias al igual que un correo electrónico (E-mail).

Adicionalmente aplicará el sistema EDI para las negociaciones con Oxxo de México. El Intercambio Electrónico de Datos (EDI por sus siglas en inglés) es una forma de compartir información a través de internet usando tecnología de comunicación electrónica con estándares internacionales de seguridad. Es una tecnología de comunicación electrónica de información estructurada de computadora a computadora, utilizando estándares internacionales, mostrando que es un método seguro y confiable para el manejo de información. El objetivo de utilizar EDI es cerrar por medio de transacciones electrónicas el círculo comercial, optimizando recursos dentro de cada compañía que lo utilice.⁶⁷

3.3.2.4. Auditoria y Estrategia de Promoción.

El tema de la promoción expresa objetivos específicos como:

- Inducir el producto del chocho al consumidor.
- Influnciar, provocando curiosidad al consumidor.
- Establecer imagen de marca al cliente.

3.3.2.4.1. Concepto de Posicionamiento

El Posicionamiento, es la imagen percibida por los consumidores de la empresa en relación con la competencia, siendo una batalla de percepciones entre la marca de la empresa y la de los competidores. En el proceso de posicionamiento, no solo cuentan las acciones que desde la empresa se desarrollen, sino que también dependerá de los públicos de interés que afecten a su comunicación y de las percepciones del consumidor, así como de las acciones desarrolladas por la competencia.⁶⁸

⁶⁷ http://tics-log-itt.blogspot.com/2014_09_01_archive.html

⁶⁸ El concepto de Posicionamiento en las empresas y estrategias para su desarrollo / <http://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>

“EcuGranos Cía. Ltda.” para tener un posicionamiento en el mercado de México D.F., tiene planteado un plan estratégico; el cual consiste captar al dicho mercado personas con preferencias de consumir productos saludables y nutritivos como lo es el chocho. Se realizará un proceso de análisis interno y externo para que la empresa en la mente del consumidor pueda conseguir la imagen ideal.

3.3.2.4.2. Concepto de Eslogan

Un eslogan publicitario es una frase memorable usada en un contexto comercial o político como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para englobar tal y representarlo en un dicho. Es considerado como el medio más efectivo de atraer la atención del público sobre uno o varios aspectos del producto, lo que hace es proclamar que el producto es de la mejor calidad, proporciona el mayor beneficio o solución o es el más adecuado para el consumidor potencial.⁶⁹

Nuestro eslogan será:

“Delicioso, Saludable y Fresco”

3.3.2.4.3. Estrategia de Mix de Publicidad

Los elementos del marketing mix, son aquellas variables sobre las que se pueden y deben operar intensificando sus magnitudes, con el objetivo de alcanzar los objetivos de la empresa. El conjunto de ellas, junto a sus valores, es la acción o proceso denominado marketing mix. La clave del éxito de su aplicación se basa en la coherencia y en la unión de sus componentes.⁷⁰

El siguiente mix de marketing que “EcuGranos Cía. Ltda.” realizará:

- Degustaciones del chocho por medio de personas uniformadas con el logo de la empresa.

⁶⁹ Análisis de eslóganes publicitarios / <http://publicidadyglobalizacion.blogspot.com/p/esloganes.html>

⁷⁰ Mix de Marketing: mejorando tu estrategia comercial / <http://www.empresayeconomia.es/planificacion/mix-de-marketing.html>

- Se dará a conocer el valor nutricional del chocho a través de afiches.
- Se diseñará una página web brindando información y explicaciones de los beneficios del producto.

Adicionalmente un mecanismo de promoción del chocho ecuatoriano en México (adicional a degustaciones y festivales gastronómicos que pueden ser coordinados por la Oficina Comercial del Ecuador en este país), constituye la Feria de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)⁷¹

CAPÍTULO 4: PLAN TÉCNICO-ORGANIZACIONAL

4.1. Objetivo del Capítulo

- Establecer un estudio de investigación para implantar la estructura, capacidad y localización de la empresa, costos del producto.
- Elaborar un plan técnico que permita fijar la capacidad de producción y los procesos requeridos para el mismo.
- Desarrollar un plan organizacional que pueda sostener como una base administrativa para la operación de la empresa.

4.2. Plan Técnico

4.2.1. Plan de Producción

Las actividades se ejecutarán a mediano plazo, donde la producción estimada de granos de chocho por “EcuGranos Cía. Ltda.” tiene como objetivo satisfacer la demanda en México D.F. – México.

Para satisfacer la demanda que se estimó en el proyecto de 467 toneladas anuales, se producirá 1,296.00 kilogramos de chochos diarios, por el cual al mes se exportará 38,880.00 kilogramos y anualmente 466,560.00 kilogramos como producto terminado. Pero para abastecimiento de materia prima se

⁷¹ Boletín de Análisis de Mercados Internacionales / <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/ENElow.pdf>

necesitará 1,620.00 kilogramos de chocho diarios, mensualmente aproximadamente 48.600.00 kilogramos y anualmente 583,200.00 kilogramos, considerando como referencia que el rendimiento del grano de chocho al ser procesado es del 75%.

Para la producción de chocho se necesitará aproximadamente 0,4 kilogramos de sal por cada caja, lo que por ende se requerirá 2,88 kilogramos diarios, mensualmente 86,40 kilogramos y anualmente 1.036,80 kilogramos de sal.

4.2.2. Localización

La empresa EcuGranos estará ubicada en Puembo; una parroquia rural del Distrito Metropolitano de Quito, ubicado a pocos kilómetros de la capital; su ubicación acoge la cercanía a fuentes de abastecimiento de la materia prima; en un predio de 1.350 m².

4.2.3. Procesos Productivo / Operacional

El proceso productivo para el desamargado del chocho está compuesto por los siguientes procesos:

1. Clasificación y selección de grano
2. Acopio de materia prima
3. Hidratación
4. Cocción
5. Lavado
6. Conservación y salado del producto
7. Selección del grano apropiado para el consumo
8. Empacado y sellado

Durante todo el proceso productivo se ejecutará un estricto control de calidad para asegurar las especificaciones de calidad del chocho desamargado apto para el consumo humano.

1. Clasificación y Selección de Grano

Se considera idóneo para el desamargado; el grano que contiene al menos un 90% de 8 mm de diámetro y de 7 mm de diámetro, libre de piedras y restos de vegetales. Los granos de menor diámetro son descartados para la venta por lo que pueden traer problemas durante los procesos de hidratación cocción.

Para la clasificación y selección del grano que EcuGranos Cía Ltda utilizará es un sistema mecánico; mediante la clasificadora de grano Crippen, esta máquina producirá dos toneladas por día laborable de ocho horas. Sin embargo después de la clasificación se realizará una selección manual, especialmente de granos dañados (el 10% aproximadamente son granos deteriorados).⁷²

2. Acopio de Materia Prima

Una vez que se ha clasificado el grano se lo conservará en sacos de yute de 50 kg hasta que sea tiempo de su utilización en el proceso de desamargado.

Se utilizará bodegas con ventilación (secas) y libre de insectos. El grano tendrá una humedad inferior al 13%.

3. Hidratación

Este es el primer paso en el desamargado del chocho, el grano seco o amargo debe alcanzar un 95% de humedad para proceder a la cocción del grano.

La hidratación se la realizará con ayuda de piscinas de 60 m³ de tal forma que cubra las fundas de yute de 10 kgs. que contienen los granos, el volumen de agua para cubrir las fundas es de 50.000 lts. El agua será potable y caliente.

El calentamiento del agua se lo efectuará mediante calentadores a gas; con una temperatura de 40° c apropiado para el inicio de la hidratación. Una vez

⁷² Universidad Tecnológica Equinoccial/ Richard Borja V. pag. 66 – 67

que el agua alcanza la temperatura indicada, se disponen las fundas por un tiempo de 14 horas para que alcance el nivel de 95% de humedad.⁷³

4. Cocción

El chocho hidratado se dispone en recipientes de ollas para su cocción, por un tiempo de 40 minutos. La dureza al cabo de este tiempo debe fluctuar entre 6,6 a 6,8 mm de penetración, medida con un durómetro.

5. Lavado

Se requerirá para el lavado agua a 40° C, es de vital importancia la clorinación del agua para la obtención de un producto apto para el consumo humano, con un bajo contenido de microorganismos (es recomendada 15 grs. de Hipoclorito de calcio (CaClO₂) por 2,500 lts. de agua). La clorinación del agua se realiza en el primer y segundo lavado.

Es necesario para la eliminación de alcaloides mantener el producto en constante agitación por 72 horas mientras el grano es lavado; se ejecutarán tres lavados hasta obtener el grano de chocho desamargado listo para el consumo, donde se controlará que la temperatura del agua este a 40°C, se realizará cambio de agua cada ocho horas del primer día y a las 16 horas del día siguiente.

El contenido de alcaloides residuales en el grano desamargado debe fluctuar entre 0,02 y 0,07%, la dureza no debe sobrepasar los 8,2 mm de penetración.⁷⁴

6. Conservación y Salado del Producto

Terminado el lavado del chocho, se mantendrá en agua limpia, salada y en refrigeración antes del empacado.

⁷³ Universidad Tecnológica Equinoccial/ Richard Borja V. pag. 68

⁷⁴ Universidad Tecnológica Equinoccial/ Richard Borja V. pag. 68 - 69

7. Selección

Antes del pesado el chocho se seleccionará en forma manual, el grano que presente un color crema uniforme, sabor y olor característicos. El grano de color amarillo y/o verde será desechado de forma inmediata.

8. Empacado y Sellado

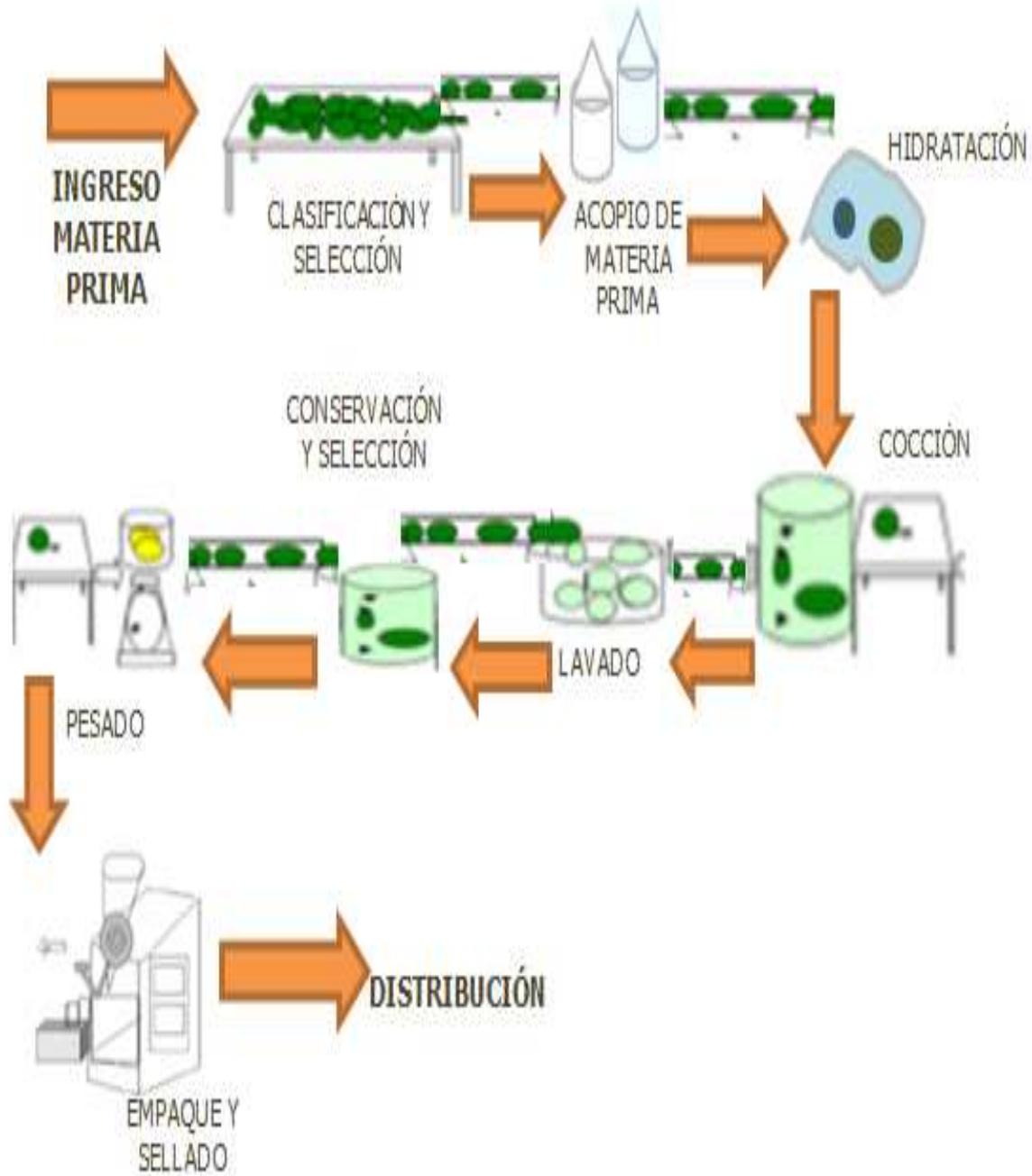
Una vez realizado la inspección del producto terminado se procederá al empaque y sellado del producto. Como se indicó la empresa se encargará de empacar el producto en bolsas de plástico de 500 gramos; el pesado se lo realizará en forma manual en balanzas de precisión.

El sellado se lo realizará con una selladora a calor, en la etiqueta constará la marca del producto, el peso neto, la fecha de elaboración y fecha de caducidad y la información del producto.

Luego de esta fase se procede al congelado con la ayuda de una cámara refrigerada, el producto debe estar a menos 5 grados centígrados. El empaque exterior se lo realizará con cajas de cartón para que ayude a conservar la temperatura.

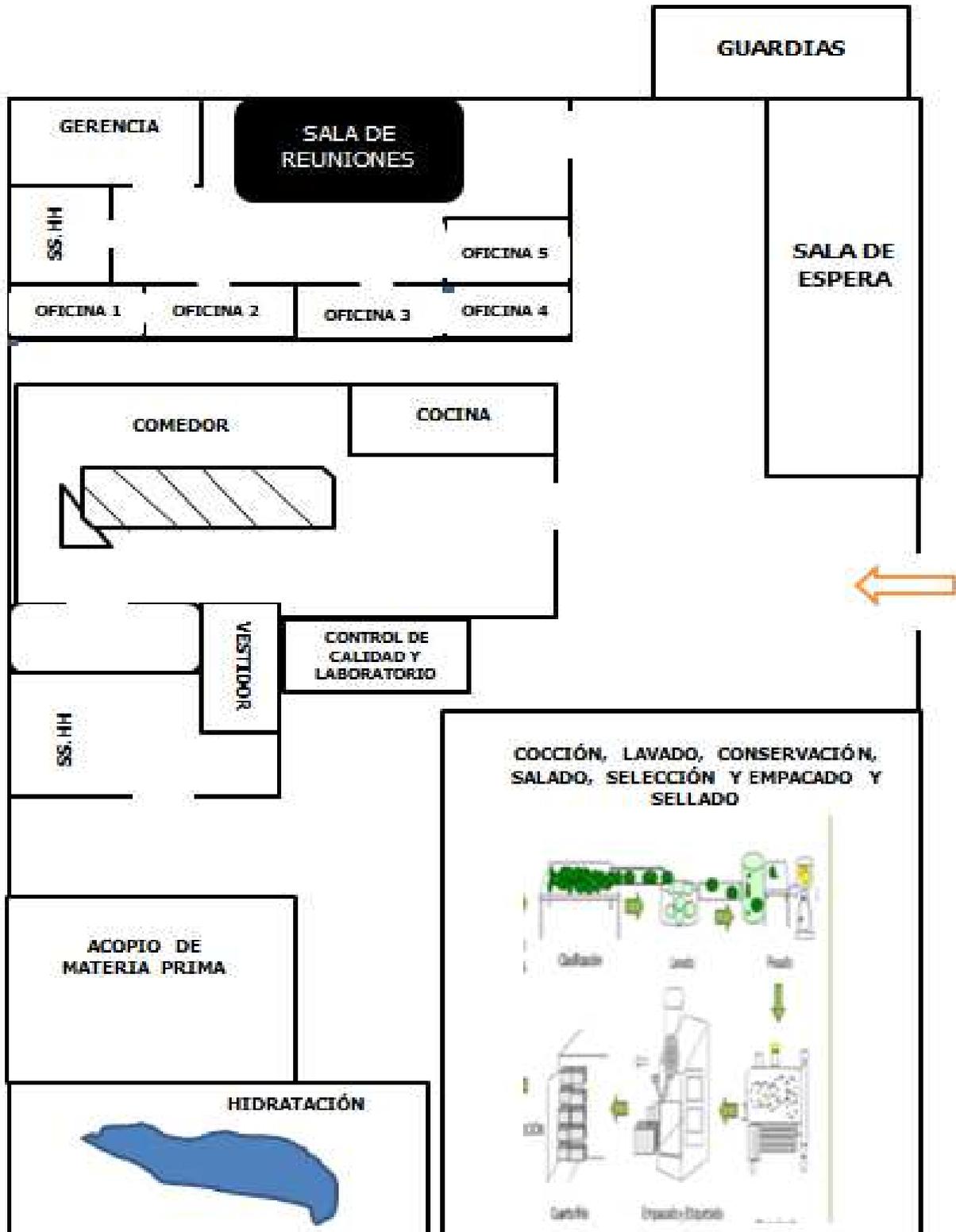
4.2.4. Distribución Instalaciones (Layout)

Las instalaciones de producción de EcuGranos:



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

ESTRUCTURA FÍSICA DE “ECUAGRANOS CÍA. LTDA”



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Se adquirirá un terreno de 1,350 metros cuadrados para la implementación de la empresa, por un costo aproximado de \$27,000.00 USD, en el cual se construirá la planta por un costo aproximadamente de \$207,510.00 USD.

4.2.5. Plan de Abastecimiento de Materia Prima

Se tomó como referencia para estimar la materia prima necesaria para la producción anual de chochos pre-saladitos; el rendimiento del grano de chocho al ser procesado como chocho desamargado es del 75%, por lo que para 467 toneladas de chocho se necesitaría 584 toneladas anuales aproximadamente. Dentro de los 38,880.00 kilogramos de chocho mensuales, se requerirá 48,600.00 kilogramos de chocho como materia prima, por lo que hay un desperdicio de 25%.

Y se requiere 86,40 kilogramos mensuales de sal para los 38,880.00 kilogramos de chocho que se producirá mensualmente.

La producción nacional de chocho se centra en las provincias de Chimborazo, Pichicha, Imbabura y Cotopaxi.

El costo asciende a \$ 525,533.18 USD de la materia prima necesaria para la producción de chocho.

Materia Prima

	UNIDAD	CAJAS MENSUAL	KGS. POR CAJA	CANTIDAD POR MES	VALOR (USD)			
					COSTO UNITARIO KG	COSTO POR CAJA	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Grano de chocho deshidratado libre de impurezas con una humedad de 13 y 14%	KG	2.160,00	18,00	38.880,00	0,80	14,40	31.104,40	373.248,00
Sal	50KG	2.160,00	0,04	86,40	0,07	5,88	12.690,43	152.285,18
TOTAL					0,95	21,72	43.794,43	525.533,18

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

4.2.6. Plan de Abastecimiento de Insumo

El costo asciende a \$19,632.00 USD anuales de los insumos necesarios para la producción de chocho desamargado.

Insumos

DESCRIPCION	CANTIDAD/ MES	UNIDAD	UNITARIO	VALOR (USD)	
				TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua Potable	1.200	m3	0,88	1.056,00	12.672,00
Internet			30,00	30,00	360,00
Teléfono			50,00	50,00	600,00
Energía eléctrica	1.250	KW/H	0,40	500,00	6.000,00
Total				1.636,00	19.632,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

El costo asciende a \$ 490,147.20 USD anuales de materiales necesarios para la producción de chocho desamargado.

Materiales

DESCRIPCION	CANTIDAD	U	UNITARIO	VALOR (USD) POR CAJA	
				TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Bolsas de plástico 500 gramos e impresas	36	Fundas	0,50	18,00	216,00
Cajas de cartón	1	Cajas	0,45	0,45	5,40
Cinta de embalaje	0,30	Rollos	1,50	0,45	5,40
Etiquetas de códigos de barras	1	Etiqueta	0,01	0,01	0,12
				18,91	226,92
				CAJAS POR MES	2.160,00
				40.845,60	490.147,20

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

El costo anual asciende a \$ 2,910.00 USD de los gastos generales necesario para la producción del chocho desamargado.

Gastos Generales

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR (USD)	
			UNITARIO	TOTAL AÑO
Combustibles	Galón	700	1,00	700,00
Detergentes y Limpieza				1.000,00
Uniformes personal de oficina		10	20,00	200,00
Uniformes personal de seguridad		4	15,00	60,00
Uniformes Personal de producción		15	10,00	150,00
Servicios básicos				800,00
Total				2.910,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Plan de Abastecimiento de Mano de Obra

Asciende a \$ 178,094.70 USD anuales el costo de la mano de obra directa necesaria para la producción de chocho desamargados.

Mano De Obra Directa

PERSONAL	N°	SUELDO INDIVIDUAL	SUBTOTAL	SUELDO ANUAL USD	BENEFICIOS SOCIALES 32,98%	DÉCIMO CUARTO 354.00	TOTAL ANUAL USD
Departamento de Comercialización							
Jefe de Marketing	1	1.200,00	1.200,00	14.400,00	4.749,60	354,00	19.503,60
Asesor Comercial (Exportaciones)	1	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80
Departamento de Producción:							
Jefe de Producción	1	1.200,00	1.200,00	14.400,00	4.749,60	354,00	19.503,60
Supervisor	2	600,00	1.200,00	14.400,00	4.749,60	708,00	19.857,60
Bodeguero – Cámara de frio	1	400,00	400,00	4.800,00	1.583,20	354,00	6.737,20
Operador de maquina calificadora	1	450,00	450,00	5.400,00	1.781,10	354,00	7.535,10
Personal para el proceso de hidratación, cocción, enjuague y salado del producto	6	350,00	2.100,00	25.200,00	8.311,80	2.124,00	35.635,80
Personal para la selección del producto final	4	350,00	1.400,00	16.800,00	5.541,20	1.416,00	23.757,20
Personal para el secado y empaque	2	350,00	700,00	8.400,00	2.770,60	708,00	11.878,60
Guardián Planta	4	350,00	1.400,00	16.800,00	5.541,20	1.416,00	23.757,20
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	23		10.650,00	127.800,00	42.152,70	8.142,00	178.094,70

Beneficios Sociales	% de Sueldo
Aporte Empresa	12,15%
Vacaciones	4,17%
Décimo Tercer	8,33%
Fondo de Reserva	8,33%
Total	32,98%
Décimo Cuarto	\$ 354,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

El costo de la mano de obra indirecta asciende a \$ 103,013.40 USD anuales.

Mano de Obra Indirecta

PERSONAL	N°	SUELDO INDIVIDUAL	SUBTOTAL	SUELDO ANUAL USD	BENEFICIOS SOCIALES 32,98%	DÉCIMO CUARTO 354.00	TOTAL ANUAL USD
La Gerencia General:							
Gerente General	1	2.500,00	2.500,00	30.000,00	9.895,00	354,00	40.249,00
Secretaría	1	800,00	800,00	9.600,00	3.166,40	354,00	13.120,40
Departamento administrativo/Financiero							
Jefe Administrativo-Financiero	1	1.200,00	1.200,00	14.400,00	4.749,60	354,00	19.503,60
Contador(a) (Honorario)	1	250,00	250,00	3.000,00	989,50	354,00	4.343,50
Facturador (a)	1	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80
Cajero (a)	1	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80
Conserje	1	350,00	350,00	4.200,00	1.385,30	354,00	5.939,30
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA	7		6.300,00	75.600,00	24.935,40	2.478,00	103.013,40

Beneficios Sociales	% de Sueldo
Aporte Empresa	12,15%
Vacaciones	4,17%
Décimo Tercer	8,33%
Fondo de Reserva	8,33%
Total	32,98%
Décimo Cuarto	\$ 354,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

4.2.7. Plan de Abastecimiento de Tecnología de Producción

Las maquinarias y equipos ascienden a un costo de \$ 41,350.00 USD.

Maquinarias y Equipos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR (USD)	
		UNITARIO	TOTAL
Clasificadora de Granos	2	12.000,00	24.000,00
Balanza	1	230,00	230,00
Tecles	10	150,00	1.500,00
Sistema de calefacción del agua	2	1.800,00	3.600,00
Fogones a gas	12	400,00	4.800,00
Cilindros de Gas	36	35,00	1.260,00
Ollas Industriales	12	55,00	660,00
Bomba de agua	2	250,00	500,00
Selladora de fundas a calor continua con impresión	1	1.300,00	1.300,00
Cámara de congelación	1	1.000,00	1.000,00
Sistema de filtrado de agua	1	2.500,00	2.500,00
Total			41.350,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

4.3. Plan Organizacional

“EcuGranos Cía. Ltda.” definirá en este punto aspectos básico-organizacionales; como razón social, exigencias administrativos y marco legal del negocio hasta llegar a un plan de salida.

4.3.1. Datos Generales de la Empresa

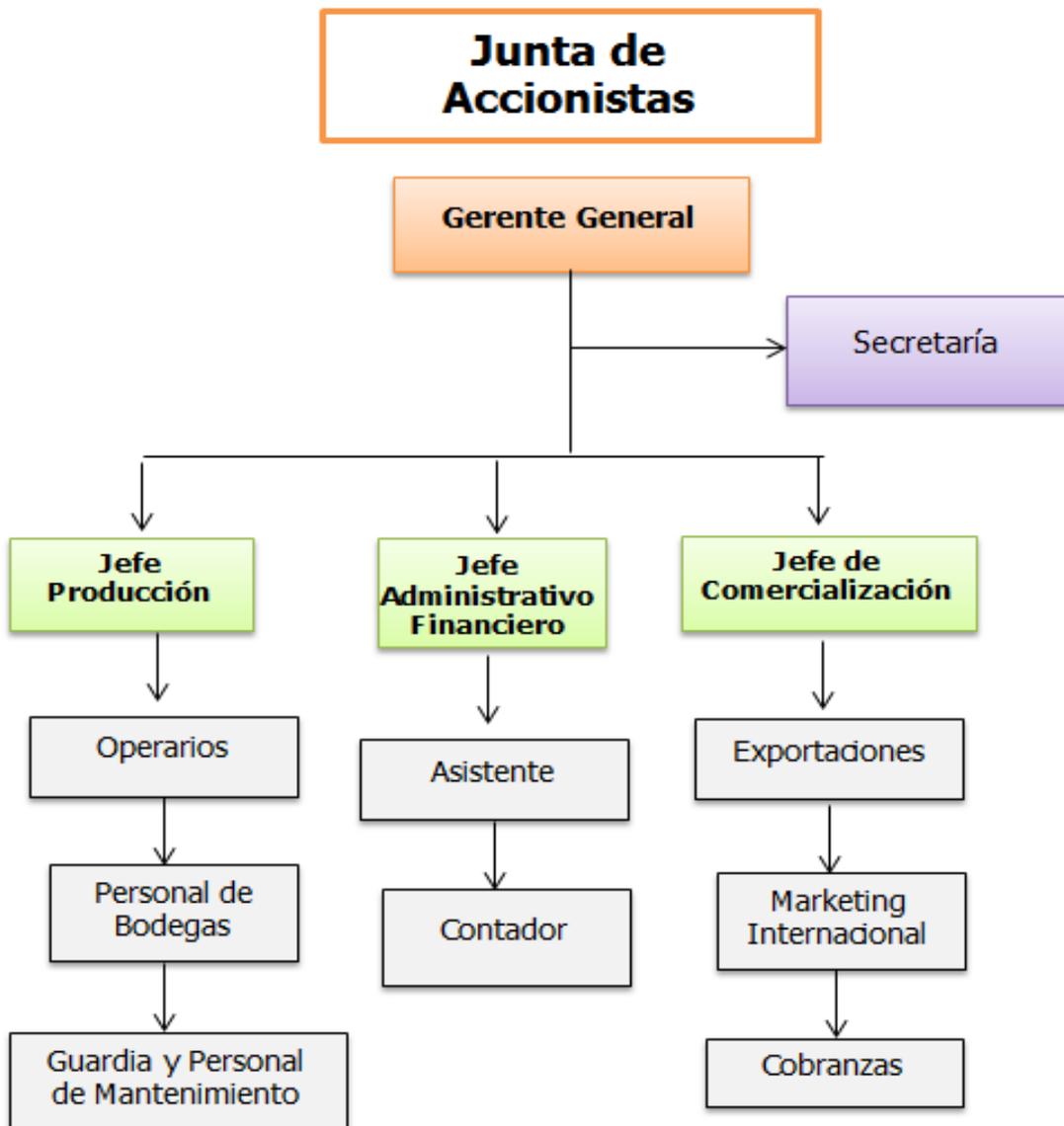
Nombre	EcuGranos Cía. Ltda.
Tipo de Empresa	Compañía Limitada
Domicilio	Puembo - Quito – Pichincha
Actividad	Comercialización de chocho salado

4.3.2. Proceso de Toma de Decisiones

El mando Alto-Directivo (Gerente General) es el de la toma de decisiones de mayor envergadura, siguiendo los mandos Medios-Ejecutivo (Jefe Departamentales) y como último de los mandos el operacional, que se encargará en el cumplimiento y ejecución de la toma de decisiones.

Arquitectura Organizacional

Figura # 3 Organigrama de la Empresa



4.3.3. Distribución de Funciones y Responsabilidades

Descripción de los principales puestos para el funcionamiento de la empresa.

- **Junta General de Accionistas.**

Aportar para la constitución de la empresa con el capital, tomando decisiones conforme a la producción y el mejor direccionamiento de la organización.

- **Gerente General**

Las funciones son:

- Responsabilidad en la administración de la empresa y su personal.
- Coordinar, controlar y dirigir las actividades para la producción que el personal realiza con todos los departamentos de la empresa.
- Proyectar y desarrollar metas a corto, mediano y largo.
- Mantener una buena relación con los clientes y proveedores.
- Tomar decisiones administrativas que la empresa requiera.
- Ejercer la presentación legal y extrajudicial de la empresa.

- **Secretaria**

Asesora al cliente y realiza funciones de secretaría; cartas, memos, cotizaciones y otras tareas.

- **Jefe de Producción**

Dirigir al personal d producción para que el proceso de elaboración se lo realice con las normas de calidad requeridas; vigilando el buen funcionamiento de los equipos. Al igual realizar un control de calidad efectivo de los insumos y del producto terminado.

Operarios

- Clasificar higiénicamente y minuciosamente el producto.
- Asegurarse que funcionen adecuadamente las maquinas.
- Revisar que cumpla con todos los requisitos el empackado del producto.
- Lavar y desinfectar cada una de las máquinas, para seguir con la producción diaria.

- Departamento de Comercialización

En este departamento trata de la gestión óptima de venta en el exterior. Así, se divide en departamentos de exportaciones, cobranzas y marketing internacional.

- Departamento Administrativo – Financiero

Realizan control financiero, cumpliendo legítimamente con el correcto funcionamiento contable de la empresa; debiendo presentar declaraciones, pagar impuestos y elaborando balances financieros.

Guardias

Se encargarán del mantenimiento de Ecuagrano y vigilarán por la seguridad de ella.

Obreros

“Ecuagrano Cía. Ltda.” contará con 30 personas que prestarán servicios para la producción y el funcionamiento de la compañía.

4.3.4. Requerimientos de Activos Fijos para Áreas Administrativas

El costo asciende a \$5,200.00 USD aproximadamente en muebles y enseres.

Muebles y Enseres

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR (USD)	
		UNITARIO	TOTAL
Escritorio Ejecutivo	1	400,00	400,00
Módulos y Escritorios	5	300,00	1.500,00
Sillas de Oficina	5	80,00	400,00
Sillón Ejecutivo	1	150,00	150,00
Sillas de Espera	25	50,00	1.250,00
Juego de Comedor	2	750,00	1.500,00
Total			5.200,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Equipos de computación ineludibles para el proyecto asciende a un costo aproximadamente de \$ 6,400.00 USD.

Equipos de Computación

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR (USD)	
		UNITARIO	TOTAL
Computadoras de escritorio	6	950,00	5.700,00
Impresora Láser	2	350,00	700,00
Total			6.400,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

\$2.445.00 USD es el costo que aproximadamente asciende para los equipos de oficinas necesarios.

Equipos de Oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR (USD)	
		UNITARIO	TOTAL
Fax	1	120,00	120,00
Teléfonos	5	85,00	425,00
Sumadora	6	50,00	300,00
Aire Acondicionado	2	800,00	1.600,00
Total			2.445,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Gastos Administrativos Requeridos

Por útiles de oficina el costo monta aproximadamente a \$ 737.50 USD anualmente.

Útiles de Oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR (USD)	
		UNITARIO	TOTAL (ANUAL)
Carpeta	250	0,20	50,00
Clips	500	0,03	15,00
Esferos	100	0,20	20,00
Sacagrapas	10	4,00	40,00
Tinta para impresora	12	15,00	180,00
Borrador	50	0,05	2,50
Papel	8000	0,05	400,00
Lápiz	100	0,10	10,00
Grapas	1000	0,02	20,00
Total			737,50

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

4.3.5. Requerimiento de Personal para Áreas Administrativas.

Asciende a \$126,770.60 USD anualmente, considerando los beneficios sociales y décimos cuarto sueldo por concepto de sueldos y salarios administrativos.

Personal de Áreas Administrativas

PERSONAL	NO. EMPLEADOS	SUELDO INDIVIDUAL	SUBTOTAL	SUELDO ANUAL USD	BENEFICIOS SOCIALES 32,98%	DÉCIMO CUARTO 354.00	TOTAL ANUAL USD
Gerente General	1	2.500,00	2.500,00	30.000,00	9.895,00	354,00	40.249,00
Secretaría	1	800,00	800,00	9.600,00	3.166,40	354,00	13.120,40
Jefe Administrativo-Financiero	1	1.200,00	1.200,00	14.400,00	4.749,60	354,00	19.503,60
Contador(a) (Honorario)	1	250,00	250,00	3.000,00	989,50	354,00	4.343,50
Facturador (a)	1	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80
Cajero (a)	1	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80
Conserje	1	350,00	350,00	4.200,00	1.385,30	354,00	5.939,30
Guardias	4	350,00	1.400,00	16.800,00	5.541,20	1.416,00	23.757,20
TOTAL			7.700,00	92.400,00	30.476,60	3.894,00	126.770,60

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

4.3.6. Marco Legal Relacionado a la Operación de la Empresa

Estos son los permisos legales que una empresa pueda funcionar dentro del Estado ecuatoriano:

- Copia de Registro Único de Contribuyente (RUC) de la empresa
- Copia de la cedula de identidad y copia del certificado de votación del representante legal de la empresa
- Carta dirigida al coordinador de vigilancia sanitaria del departamento de gestión de vigilancia sanitaria de la Dirección Provincial de Salud ⁷⁵

Permisos municipales para el funcionamiento de una empresa

1. Tener una estructura legal de la empresa
2. Reservar el nombre escogido.
3. Abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco del país.

⁷⁵ Estructura legal, primer requisito para crear una empresa / <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/estructura-legal-primer-requisito-para-crear-una-empresa.html>

4. 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.
5. Se deberá pagar la patente municipal.
6. Como último paso deberá inscribirse el nombramiento del administrador de la empresa.”⁷⁶

Constitución de una Compañía Limitada

Será una compañía limitada la empresa, la razón social de la empresa es “EcuGranos Cía. Ltda.” para el trámite de constitución hay que seguir los siguientes pasos:

- “La constitución de una compañía de responsabilidad limitada requiere necesariamente de escritura pública y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías, que la dará si encuentra que se han cumplido las exigencias legales.
- La misma entidad ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y la inscripción de la escritura en el Registro Mercantil. Dicha inscripción marca el principio de existencia de la compañía.
- La aprobación de la escritura de constitución será solicitada a la Superintendencia por los administradores o por las personas que hubieren sido designadas en la misma escritura, dentro de treinta días de suscrito el contrato.
- Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios.
- Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar.
- El menor emancipado autorizado para comerciar puede participar en la formación de esta clase de compañía sin necesidad de

⁷⁶ Estructura legal, primer requisito para crear una empresa / <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/estructura-legal-primer-requisito-para-crear-una-empresa.html>

autorización especial. Sin embargo no pueden intervenir en la constitución de compañías de responsabilidad limitada los cónyuges, los padres e hijos no emancipados, aunque luego sí puedan llegar a ser socios simultáneamente.

- El capital mínimo que se requiere para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, que estará dividido en participaciones.”⁷⁷

4.3.7. Plan de Implementación

En este cronograma de actividades se puede prestar atención el plan de implementación de 2014 – 2015 de la empresa EcuGranos:

	2014						2015					
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Constitución de la Empresa												
Construcción												
Selección de Personal												
Compra de Activos												
Compra de Maquinarias												
Inicio de Actividades												

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Para la constitución legal de la empresa se deberá cumplir con todos los requisitos que la ley disponga; para la legalización de los trámites será por medio de un abogado. Una vez que ya disponga EcuGranos de los recursos financieros se optaría por la construcción de aquella en un periodo de 5 meses.

Durante el cuarto y quinto mes se realizará el proceso de selección del personal y la compra de activos y de maquinarias se efectuará durante el quinto y sexto mes. El inicio de las operaciones de “EcuGranos Cía. Ltda”. será desde el séptimo mes una vez ya iniciado el proyecto.

⁷⁷ Marco Legal-Requisitos Legales Para La Constitución De La Empresa
http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/949/15/Capitulo_7.pdf

4.3.8. Plan de Acción de Corto Plazo

“EcuGranos Cía. Ltda.” en su plan estratégico a corto plazo para ingresar al mercado mexicano, será a través de exportaciones hacia principales cadenas alimenticias para el consumo de personas en México, D.F., México.

Plan de Acción.-

- Promocionar el producto; repartiendo folletos con características del chocho y de la empresa, campañas, degustaciones en puntos de venta.
- Satisfacer las necesidades de los consumidores de México D.F., participando en ferias organizadas en México.
- Introducir a la empresa utilizando las técnicas de comunicación más fáciles y útiles como es el e-mail y páginas web.

4.3.9. Puesto en Marcha

A la puesta en marcha, las inversiones anteriores a ella serán:

- La depreciación se enfocará como parte de inversiones en activos fijos por medio del cálculo de impuestos
- Los gastos de organización, las patentes y licencias, la capacitación, los gastos de puesta en marcha y demás sistemas de operación como parte de las inversiones de los activos intangibles; son susceptibles de amortizar.
- Los recursos necesarios en carácter de activos corrientes es la inversión del capital de trabajo.

Como inversión a largo plazo será el capital de trabajo inicial porque ya es un monto permanente que asegura la evolución del proyecto. Inversamente del capital de trabajo y precedentes a la puesta en marcha, se proyectará las reinversiones de reemplazo e inversiones nuevas para el aspecto de ampliación considerados.

Plan de Salida

A “EcuGranos Cía. Ltda.” durante el desarrollo de sus actividades ocurrirán situaciones que le impedirán el funcionamiento como las bajas ventas y así mismo de poco abastecimiento, por razones como está la sociedad establecerá el siguiente plan de salida:

- Se ofrecerá vendiendo a los comerciantes pequeños de la localidad de pichincha el stock que la empresa cuente si no se llegase agostar.
- Se procederá a cumplir con el respectivo Código de Trabajo liquidando a los trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO 5 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

5.1. Objetivos del Capítulo

- Proyectar un plan de implementación.
- Obtener conocimientos de los costos, gastos y especificar el perfil financiero de la empresa que en un futuro se desea obtener.
- Desarrollar un plan de inversión y un plan de financiamiento.

5.2. Plan de Inversión

Se desarrollará inversiones necesarias como el plan de inversión en los activos, flujos de depreciaciones y en las inversiones en capital de operación.

5.2.1. Inversiones en Activos Fijos

Las inversiones de Activos Fijos son aproximadamente de \$1.756,309.08 USD

Tabla # 27 Activos Fijos

CANT.	ACTIVOS FIJOS	VALOR USD		
		COSTO UNIT.	COST. TOTAL	TOTALES
	TERRENO Y EDIFICIO			234.510,00
1350	Terreno en Quito (M3)	20,00	27.000,00	
1	Edificacion	207.510,00	207.510,00	
	MAQUINARIAS			41.350,00
2	Clasificadora de Granos	12.000,00	24.000,00	
1	Balanza	230,00	230,00	
10	Tecles	150,00	1.500,00	
2	Sistema de Calefacción del Agua	1.800,00	3.600,00	
12	Fogones a Gas	400,00	4.800,00	
36	Cilindros de Gas	35,00	1.260,00	
12	Ollas Industriales	55,00	660,00	
2	Bomba de Agua	250,00	500,00	
1	Selladora de fundas a calor continua con	1.300,00	1.300,00	
1	Cámara de Congelación	1.000,00	1.000,00	
1	Sistema de Filtrado de Agua	2.500,00	2.500,00	
	EQUIPOS DE OFICINA			2.445,00
5	Teléfonos	85,00	425,00	
1	Fax	120,00	120,00	
6	Sumadora	50,00	300,00	
2	Aire Acondicionado	800,00	1.600,00	
	MUEBLES Y ENSERES			5.200,00
1	Escritorio Ejecutivo	400,00	400,00	
5	Módulos y Escritorios	300,00	1.500,00	
5	Sillas de Oficina	80,00	400,00	
1	Sillón Ejecutivo	150,00	150,00	
25	Sillas de Espera	50,00	1.250,00	
2	Juego de Comedor	750,00	1.500,00	
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			6.400,00
6	Computadora de Escritorio	950,00	5.700,00	
2	Impresora Laser	350,00	700,00	
	TOTAL ACTIVOS FIJOS			289.905,00
	ACTIVOS INTANGIBLES			
	Gastos de Constitución	1.000,00	1.000,00	
	Planos y Servicios Profesionales	4.000,00	4.000,00	
	Gastos Pre Operación	3.000,00	3.000,00	
	Costos del Estudio	1.000,00	1.000,00	
	Gastos Permisos Sanitarios y Certificados	100,00	100,00	
	TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			9.100,00
	CAPITAL DE OPERACIÓN			1.457.304,08
	TOTAL DE INVERSIÓN			1.756.309,08

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.2.2. Inversiones en Activos Diferidos e Intangibles

Asciende a \$9,100.00 USD aproximadamente la inversión diferida del proyecto.

Tabla # 28 Inversión Diferida

CANT.	ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR USD	
		COSTO UNIT.	COST. TOTAL
1	Gastos de Constitución	1.000,00	1.000,00
1	Planos y Servicios Profesionales	4.000,00	4.000,00
1	Gastos Pre Operación	3.000,00	3.000,00
1	Costos del Estudio	1.000,00	1.000,00
1	Gastos Permisos Sanitarios y Certificados	100,00	100,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			9.100,00

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.2.3. Inversión de Capital de Operación

Se estimó para 12 meses de operación el capital de operaciones y asciende a \$1.457,304.08 USD.

Tabla # 29 Inversión de Capital de Trabajo

COSTOS AÑO 2014	AÑO	MENSUAL
	1.457.304,08	121.442,01

CAPITAL DE TRABAJO RECOMENDADO		
Por meses	12	1.457.304,08

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.2.4. Flujo de Depreciaciones de Activos Fijos

“EcuGranos Cía. Ltda.” depreciará de la siguiente forma los activos fijos:

- El terreno, edificaciones y maquinarias se depreciarán a 10 años.
- Los equipos de computación, de oficinas y muebles & enseres a 5 años.

Tabla # 30 Cuadro Depreciaciones de Activos Fijos

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			AÑOS						
DESCRIPCION	VALOR	AÑOS DE DEPRECIACION	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL DEPRECIADO	VALOR RESIDUAL
Terreno	\$ 27.000,00	10	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 13.500,00	\$ 13.500,00
Edificaciones	\$ 207.510,00	10	\$ 20.751,00	\$ 20.751,00	\$ 20.751,00	\$ 20.751,00	\$ 20.751,00	\$ 103.755,00	\$ 103.755,00
Maquinarias	\$ 41.350,00	10	\$ 4.135,00	\$ 4.135,00	\$ 4.135,00	\$ 4.135,00	\$ 4.135,00	\$ 20.675,00	\$ 20.675,00
Equipos de Computación	\$ 6.400,00	5	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 6.400,00	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 5.200,00	5	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 5.200,00	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 2.445,00	5	\$ 489,00	\$ 489,00	\$ 489,00	\$ 489,00	\$ 489,00	\$ 2.445,00	\$ -
TOTAL	\$ 289.905,00		\$ 30.395,00	\$ 151.975,00	\$ 137.930,00				

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.3. Plan de Financiamiento

La estrategia de financiamiento, tabla de amortización de préstamo y tasa de descuento (WACC) utilizará “EcuGranos Cía. Ltda.” como plan de financiamiento.

5.3.1. Estrategia de Financiamiento

Para establecer el financiamiento propuesta la estructura de capital es de \$1.756,309.08 USD, \$526,892.73 USD aporte de los accionistas y \$1.229,416.36 USD financiados por el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés de 11,20% a 5 años plazo.

Tabla # 31 Inversión Total

DETALLE	COSTO TOTAL (USD)
Inversiones Fijas	289.905,00
Inversiones Diferidas	9.100,00
Capital de Operación	1.457.304,08
TOTAL	1.756.309,08

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

Tabla # 32 Fuente de Financiamiento

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	%	VALOR (USD)
Aporte de Socios	30%	526.892,73
Préstamo Bancario	70%	1.229.416,36

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.3.2. Tabla de Amortización

Accede a \$1.229.416,36 USD “EcuGranos Cía. Ltda.” como un Financiamiento Bancario; con plazo de 5 años y con una tasa de interés anual de 0.94%; \$26.884,03 USD es la cuota anual, generando \$383.625,20 USD. como interés total.

DATOS DEL CRÉDITO	
MONTO	1.229.416,36
TASA NOMINAL	0,94%
CUOTA	60
PLAZO	5 AÑOS

CUOTA 60

Tabla # 33 Tabla de Amortización

NUMERO DE CUOTA	VALOR DE CUOTA	VALOR DE INTERES	VALOR DE CAPITAL	SALDO DE CAPITAL
0				1.229.416,36
1	26.884,03	11.525,78	15.358,25	1.214.058,11
2	26.884,03	11.381,79	15.502,23	1.198.555,88
3	26.884,03	11.236,46	15.647,56	1.182.908,32
4	26.884,03	11.089,77	15.794,26	1.167.114,05
5	26.884,03	10.941,69	15.942,33	1.151.171,72
6	26.884,03	10.792,23	16.091,79	1.135.079,93
7	26.884,03	10.641,37	16.242,65	1.118.837,28
8	26.884,03	10.489,10	16.394,93	1.102.442,35
9	26.884,03	10.335,40	16.548,63	1.085.893,72
10	26.884,03	10.180,25	16.703,77	1.069.189,95
11	26.884,03	10.023,66	16.860,37	1.052.329,58
12	26.884,03	9.865,59	17.018,44	1.035.311,15
13	26.884,03	9.706,04	17.177,98	1.018.133,16
14	26.884,03	9.545,00	17.339,03	1.000.794,13
15	26.884,03	9.382,45	17.501,58	983.292,55
16	26.884,03	9.218,37	17.665,66	965.626,90
17	26.884,03	9.052,75	17.831,27	947.795,62
18	26.884,03	8.885,58	17.998,44	929.797,18
19	26.884,03	8.716,85	18.167,18	911.630,00
20	26.884,03	8.546,53	18.337,49	893.292,51
21	26.884,03	8.374,62	18.509,41	874.783,10
22	26.884,03	8.201,09	18.682,93	856.100,16
23	26.884,03	8.025,94	18.858,09	837.242,08
24	26.884,03	7.849,14	19.034,88	818.207,20
25	26.884,03	7.670,69	19.213,33	798.993,86
26	26.884,03	7.490,57	19.393,46	779.600,40
27	26.884,03	7.308,75	19.575,27	760.025,13
28	26.884,03	7.125,24	19.758,79	740.266,34
29	26.884,03	6.940,00	19.944,03	720.322,31
30	26.884,03	6.753,02	20.131,00	700.191,31
31	26.884,03	6.564,29	20.319,73	679.871,57
32	26.884,03	6.373,80	20.510,23	659.361,34
33	26.884,03	6.181,51	20.702,51	638.658,83
34	26.884,03	5.987,43	20.896,60	617.762,23
35	26.884,03	5.791,52	21.092,51	596.669,73
36	26.884,03	5.593,78	21.290,25	575.379,48
37	26.884,03	5.394,18	21.489,84	553.889,64
38	26.884,03	5.192,72	21.691,31	532.198,32
39	26.884,03	4.989,36	21.894,67	510.303,66
40	26.884,03	4.784,10	22.099,93	488.203,73
41	26.884,03	4.576,91	22.307,12	465.896,61
42	26.884,03	4.367,78	22.516,25	443.380,37
43	26.884,03	4.156,69	22.727,34	420.653,03
44	26.884,03	3.943,62	22.940,40	397.712,63
45	26.884,03	3.728,56	23.155,47	374.557,16
46	26.884,03	3.511,47	23.372,55	351.184,61
47	26.884,03	3.292,36	23.591,67	327.592,94
48	26.884,03	3.071,18	23.812,84	303.780,09
49	26.884,03	2.847,94	24.036,09	279.744,01
50	26.884,03	2.622,60	24.261,43	255.482,58
51	26.884,03	2.395,15	24.488,88	230.993,70
52	26.884,03	2.165,57	24.718,46	206.275,24
53	26.884,03	1.933,83	24.950,20	181.325,05
54	26.884,03	1.699,92	25.184,10	156.140,94
55	26.884,03	1.463,82	25.420,20	130.720,74
56	26.884,03	1.225,51	25.658,52	105.062,22
57	26.884,03	984,96	25.899,07	79.163,15
58	26.884,03	742,15	26.141,87	53.021,28
59	26.884,03	497,07	26.386,95	26.634,33
60	26.884,03	249,70	26.634,33	(0,00)
TOTAL	1.613.041,56	383.625,20	1.229.416,36	39.690.605,21

5.3.3. Tasa de Descuento o Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

El Weighted Average Cost of Capital (WACC, por sus siglas en inglés) es una tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de fondo operativos y evaluar la empresa.⁷⁸

La fórmula es:

$$\text{WACC} = (\text{WE} * \text{TMAR}) + [\text{WD} (1 - \text{Ti}) i]$$

Dónde:

WE: % Aporte de acciones

TMAR: Tasa mínima atractiva de rendimiento

WD: % Aporte del banco

Ti: Tasa de impuesto del Ecuador

I: Tasa de interés del banco

El cálculo de la tasa de descuento, es igual a **10%**

De esta manera:

$$\text{WACC} = (30\% * 20\%) + [(70\% * (1 - 33,7\%) * 9.54)] =$$

$$\text{WACC} = 10\%$$

5.4. Proyecciones de Ingresos Operacionales

La proyección de ingresos operacionales se establecerá de los ingresos brutos las proyecciones de ventas, así mismo las proyecciones de precios, sujetos a inflación de costos en los salarios (aumento), materia prima, insumos entre otros

5.4.1. Proyección de las ventas (UNIDADES)

Se exportará 2.160 cajas mensuales donde habrá una proyección de 5%.

⁷⁸ WACC / <http://es.wikipedia.org/wiki/WACC>

Tabla # 35 Proyección de las Ventas (Unidades)

CAJAS	2.160			
5%	5%	5%	5%	5%
PROYECCION DE VENTAS CAJA 36 UNIDADES				
2014	2015	2016	2017	2018
2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.4.2. Proyección de Precios

Los componentes de la productividad y el inflacionario son base para la proyección de precios.

Tabla # 36 Proyección de los Precios

	3,20%	3,50%	2,98%	3,50%	2,98%
	2014	2015	2016	2017	2018
Precio por caja de 36 uni.	\$ 74,50	\$ 77,11	\$ 79,41	\$ 82,19	\$ 84,64

Precio de Venta por Unidad	2,07
Precio por Caja	74,50

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.4.3. Proyección de los Ingresos (Ventas)

Se calculará por año la proyección de los ingresos en ventas, basándose en la demanda (aumento) y la incrementación anual de los precios.

Tabla # 37 Proyección de los Ingresos

CRECIMIENTO % PROYECTADO				
2014	2015	2016	2017	2018
2,00%	2,50%	2,00%	2,50%	2,00%
PROYECCION DE VENTAS \$				
2014	2015	2016	2017	2018
\$ 2.027.592,00	\$ 2.182.195,89	\$ 2.337.131,80	\$ 2.515.338,10	\$ 2.693.927,10

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.5. Proyecciones de Costos y Gastos Operacionales

La materia prima directa, mano de obra directa y gastos indirectos se considerarán para el cálculo de las proyecciones de costos. Los gastos de marketing, administrativos y de ventas son para la proyección de gastos operacionales.

5.5.1. Proyección de Costos Operacionales

Por un periodo de 5 años se realizará la proyección de costos operacionales.

Materia Prima Directa

- Presupuesto por cajas es de 36 unidades.
- Peso de chocho por caja es de 18 kg como producto terminado
- Cantidad de sal por caja es de 0,04 kg
- Cantidad de cajas al mes es 2160

Tabla # 38 Proyección de Materia Prima

MATERIA PRIMA							3,20%		3,50%		2,98%		3,50%		2,98%		
							AÑO 2014		AÑO 2015		AÑO 2016		AÑO 2017		AÑO 2018		
RECURSOS	U	CAJA MENSUAL	PESO POR CAJA	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT.	COSTO POR CAJA	COSTO POR CAJA	COSTO ANUAL	COSTO POR CAJA.	COSTO ANUAL	COSTO POR CAJA.	COSTO ANUAL	COSTO POR CAJA	COSTO ANUAL	COSTO POR CAJA	COSTO ANUAL	
Grano de Chocho Deshidratado	KG	2160	18	38.880	\$ 0,80	\$ 14,40	\$ 14,86	\$ 404.451,53	\$ 15,38	\$ 439.554,69	\$ 15,84	\$ 475.286,09	\$ 16,39	\$ 516.537,12	\$ 16,88	\$ 558.526,42	
Sal	KG	2160	0,04	86,40	\$ 0,07	\$ 5,88	\$ 6,06	\$ 165.016,23	\$ 6,28	\$ 179.338,31	\$ 6,46	\$ 193.916,73	\$ 6,69	\$ 210.747,15	\$ 6,89	\$ 227.878,78	
TOTAL							\$ 20,28	\$ 20,92	\$ 569.467,76	\$ 21,66	\$ 618.893,00	\$ 22,30	\$ 669.202,82	\$ 23,08	\$ 727.284,27	\$ 23,77	\$ 786.405,21

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.5.1.1. Mano de Obra Directa

Tabla # 39 Proyección de Mano de Obra Directa

CANT.	MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO INDIVIDUAL	SUBTOTAL	SUELDO ANUAL	32,98%	354,00	TOTAL ANUAL	3,20%	3,50%	2,98%	3,50%	2,98%
	DESCRIPCION O CARGO				Beneficios Sociales	Decimo Cuarto Sueldo		2014	2015	2016	2017	2018
Departamento de Producción												
1	Jefe de producción	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 4.749,60	\$ 354,00	\$ 19.503,60	\$ 19.503,60	\$ 20.187,01	\$ 20.788,58	\$ 21.517,01	\$ 22.158,22
2	Supervisor	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 4.749,60	\$ 708,00	\$ 19.857,60	\$ 19.857,60	\$ 20.553,41	\$ 21.165,90	\$ 21.907,56	\$ 22.560,40
1	Bodeguero – Cámara de frio	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 1.583,20	\$ 354,00	\$ 6.737,20	\$ 6.737,20	\$ 6.973,27	\$ 7.181,07	\$ 7.432,70	\$ 7.654,19
1	Operador de maquina calificada	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 1.781,10	\$ 354,00	\$ 7.535,10	\$ 7.535,10	\$ 7.799,13	\$ 8.031,54	\$ 8.312,97	\$ 8.560,70
6	hidratación, cocción, enjuague y salado del	\$ 350,00	\$ 2.100,00	\$ 25.200,00	\$ 8.311,80	\$ 2.124,00	\$ 35.635,80	\$ 35.635,80	\$ 36.884,48	\$ 37.983,64	\$ 39.314,58	\$ 40.486,16
4	Personal para la seleccion del producto final	\$ 350,00	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 5.541,20	\$ 1.416,00	\$ 23.757,20	\$ 23.757,20	\$ 24.589,65	\$ 25.322,42	\$ 26.209,72	\$ 26.990,77
2	Personal para el secado y empaque	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 2.770,60	\$ 708,00	\$ 11.878,60	\$ 11.878,60	\$ 12.294,83	\$ 12.661,21	\$ 13.104,86	\$ 13.495,39
4	Guardián Planta	\$ 350,00	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 5.541,20	\$ 1.416,00	\$ 23.757,20	\$ 23.757,20	\$ 24.589,65	\$ 25.322,42	\$ 26.209,72	\$ 26.990,77
Departamento de Comercialización												
1	Jefe de Marketing	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 4.749,60	\$ 354,00	\$ 19.503,60	\$ 19.503,60	\$ 20.187,01	\$ 20.788,58	\$ 21.517,01	\$ 22.158,22
1	Asesor Comercial (Exportación)	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 2.374,80	\$ 354,00	\$ 9.928,80	\$ 9.928,80	\$ 10.276,71	\$ 10.582,95	\$ 10.953,78	\$ 11.280,20
23	TOTAL	\$ 10.650,00	\$ 127.800,00	\$ 42.152,70	\$ 8.142,00	\$ 178.094,70	\$ 178.094,70	\$ 184.335,14	\$ 189.828,33	\$ 196.479,91	\$ 202.335,01	\$ 202.335,01

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.5.1.2. Gastos Indirectos de Fabricación

Tabla # 39 Proyección de Gastos Indirectos de Fabricación

CIF	USD				
	2014	2015	2016	2017	2018
AGUA	12.672,00	12.672,00	12.672,00	12.672,00	12.672,00
ENERGIA ELECTRICA	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
TELEFONO	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
INTERNET	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
GASTOS LOGISTICOS	47.052,72	47.052,72	47.052,72	47.052,72	47.052,72
PAPELERIA E INSUMOS OFICINA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
AMORTIZACION	1.820,00	1.820,00	1.820,00	1.820,00	1.820,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00
PROMOCION Y PUBLICIDAD	2.450,00	2.450,00	2.450,00	2.450,00	2.450,00
INSUMOS DE LIMPIEZA	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
OTROS GASTOS (SUMINISTROS)	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
TOTAL	75.604,72	75.604,72	75.604,72	75.604,72	75.604,72

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.5.2. Proyección de Gatos Operacionales

En un periodo de 5 años se realizará la proyección de gastos operacionales (Gastos Administrativos).

5.5.2.1. Gastos Administrativos

Tabla # 40 Proyección de Gastos Administrativos

CANT.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	SUELDO INDIVIDUAL	SUBTOTAL	SUELDO ANUAL	32,98%	354,00	TOTAL ANUAL	3,20%	3,50%	2,98%	3,50%	2,98%
	DESCRIPCION O CARGO				Beneficios Sociales	Decimo Cuarto Sueldo		2014	2015	2016	2017	2018
	Gerencia General											
1	Gerente	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00	\$ 9.895,00	\$ 354,00	\$ 40.249,00	\$ 40.249,00	\$ 41.659,32	\$ 42.900,77	\$ 44.404,02	\$ 45.727,26
1	Secretaria	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 3.166,40	\$ 354,00	\$ 13.120,40	\$ 13.120,40	\$ 13.580,14	\$ 13.984,83	\$ 14.474,86	\$ 14.906,21
	Departamento Administrativo / Financiero				\$ -							
1	Jefe Financiero	1.200,00	1.200,00	14.400,00	4.749,60	354,00	19.503,60	\$ 19.503,60	\$ 20.187,01	\$ 20.788,58	\$ 21.517,01	\$ 22.158,22
1	Contador (a) (honorario)	250,00	250,00	3.000,00	989,50	354,00	4.343,50	\$ 4.343,50	\$ 4.495,70	\$ 4.629,67	\$ 4.791,89	\$ 4.934,69
1	Facturador (a)	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80	\$ 9.928,80	\$ 10.276,71	\$ 10.582,95	\$ 10.953,78	\$ 11.280,20
1	Cajero (a)	600,00	600,00	7.200,00	2.374,80	354,00	9.928,80	\$ 9.928,80	\$ 10.276,71	\$ 10.582,95	\$ 10.953,78	\$ 11.280,20
1	Conserje	350,00	350,00	4.200,00	1.385,30	354,00	5.939,30	\$ 5.939,30	\$ 6.147,41	\$ 6.330,61	\$ 6.552,43	\$ 6.747,69
7	TOTAL		\$ 6.300,00	\$ 75.600,00	\$ 24.935,40	\$ 2.478,00	\$ 103.013,40	\$ 103.013,40	\$ 106.622,99	\$ 109.800,35	\$ 113.647,76	\$ 117.034,46

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.6. Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial accede a primera vista demostrar un análisis financiero inicial, mostrando los activos con lo que la empresa cuenta y los pasivos y patrimonio con los que estuvieron financiados.⁷⁹

Tabla # 41 Estado Inicial

***EcuGranos Cía. Ltda.
Estado Inicial***

CUENTAS	AÑO INICIAL
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja	\$ 1.457.304,08
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 1.457.304,08
ACTIVOS FIJOS	
Edificio y Terreno	\$ 234.510,00
Maquinarias	\$ 41.350,00
Equipos de Oficina	\$ 2.445,00
Muebles y Enseres	\$ 5.200,00
Equipos de Computación	\$ 6.400,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 289.905,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00
Planos y Servicios Profesionales	\$ 4.000,00
Gastos Pre Operación	\$ 3.000,00
Costos del Estudio	\$ 1.000,00
Gastos Permisos Sanitarios y Certificados	\$ 100,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 9.100,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.756.309,08
PASIVOS	
Participación de los Trabajadores	
Impuestos por Pagar	
Préstamo Bancario a Corto Plazo	
Préstamo Bancario a Largo Plazo	\$ 1.229.416,36
TOTAL PASIVOS	\$ 1.229.416,36
PATRIMONIO	
CAPITAL SUSCRITO	\$ 526.892,73
UTILIDAD RETENIDA ACUMULADA	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 526.892,73
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 1.756.309,08

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

⁷⁹ Políticas de administración del capital de trabajo en la Empresa Moncar / <http://www.monografias.com>

5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados

El estado de pérdidas y ganancias demostrará la rentabilidad de la empresa durante un periodo de 5 años que “EcuGranos Cía. Ltda.” espera tener. El primer año se aproxima tener una utilidad de \$ 292,903.33 USD.

Tabla # 42 Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		PROYECCIÓN 5 AÑOS					ECUAGRANOS CÍA LTDA.
DESCRIPCION	0 AÑO INICIAL	1 2014	2 2015	3 2016	4 2017	5 2018	
Ingresos por ventas		\$ 2.027.592,00	\$ 2.182.195,89	\$ 2.337.131,80	\$ 2.515.338,10	\$ 2.693.927,10	
COSTOS		\$ (1.457.304,08)	\$ (1.562.676,63)	\$ (1.668.579,27)	\$ (1.791.330,33)	\$ (1.914.833,20)	
Materia Prima		\$ 1.100.591,26	\$ 1.196.113,78	\$ 1.293.345,87	\$ 1.405.597,95	\$ 1.519.859,00	
Mano de Obra		\$ 281.108,10	\$ 290.958,13	\$ 299.628,68	\$ 310.127,67	\$ 319.369,47	
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	
GASTOS FINANCIEROS		\$ (128.503,10)	\$ (105.504,36)	\$ (79.780,60)	\$ (51.008,93)	\$ (18.828,22)	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 441.784,82	\$ 514.014,90	\$ 588.771,93	\$ 672.998,84	\$ 760.265,69	
15% Participacion de trabajadores		\$ 66.267,72	\$ 77.102,23	\$ 88.315,79	\$ 100.949,83	\$ 114.039,85	
UTILIDAD ANTES Imp. Renta		\$ 375.517,09	\$ 436.912,66	\$ 500.456,14	\$ 572.049,01	\$ 646.225,84	
22% Impuesto a la Renta		\$ 82.613,76	\$ 96.120,79	\$ 110.100,35	\$ 125.850,78	\$ 142.169,68	
UTILIDAD NETA		\$ 292.903,33	\$ 340.791,88	\$ 390.355,79	\$ 446.198,23	\$ 504.056,15	

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.8. Flujos de Fondos del Proyecto

Se tomará en cuenta actividades operativas, de inversión y financiamiento para el estado de flujos de fondos del proyecto.

Tabla # 43 Estado de Flujos de Fondos

Flujo - Proyecto						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Año	AÑO INICIAL	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos						
Ingreso por ventas	\$ 0	\$ 2.027.592,00	\$ 2.182.195,89	\$ 2.337.131,80	\$ 2.515.338,10	\$ 2.693.927,10
0	\$ 0	\$ 2.027.592,00	\$ 2.182.195,89	\$ 2.337.131,80	\$ 2.515.338,10	\$ 2.693.927,10
Costos y gastos						
Costos directos		\$ 1.100.591,26	\$ 1.196.113,78	\$ 1.293.345,87	\$ 1.405.597,95	\$ 1.519.859,00
Mano de obra Directa		\$ 178.094,70	\$ 184.335,14	\$ 189.828,33	\$ 196.479,91	\$ 202.335,01
Total costos directos		(\$ 1.278.685,96)	(\$ 1.380.448,92)	(\$ 1.483.174,20)	(\$ 1.602.077,86)	(\$ 1.722.194,01)
Mano de Obra Indirecta		\$ 103.013,40	\$ 106.622,99	\$ 109.800,35	\$ 113.647,76	\$ 117.034,46
Costos indirectos		\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	\$ 75.604,72	\$ 75.604,72
Total costos indirectos		(\$ 178.618,12)	(\$ 182.227,71)	(\$ 185.405,07)	(\$ 189.252,48)	(\$ 192.639,18)
Total Costos del proyecto		(\$ 1.457.304,08)	(\$ 1.562.676,63)	(\$ 1.668.579,27)	(\$ 1.791.330,33)	(\$ 1.914.833,20)
Gasto Financiero (intereses)		(\$ 128.503,10)	(\$ 105.504,36)	(\$ 79.780,60)	(\$ 51.008,93)	(\$ 18.828,22)
-Depreciación Activos		(\$ 30.395,00)	(\$ 30.395,00)	(\$ 30.395,00)	(\$ 30.395,00)	(\$ 30.395,00)
Utilidad antes de impuestos	\$ 0	\$ 411.389,82	\$ 483.619,90	\$ 558.376,93	\$ 642.603,84	\$ 729.870,69
-15% Participacion de trabajadores		\$ 61.708,47	\$ 72.542,98	\$ 83.756,54	\$ 96.390,58	\$ 109.480,60
UTILIDAD ANTES imp. Renta		\$ 349.681,34	\$ 411.076,91	\$ 474.620,39	\$ 546.213,26	\$ 620.390,09
22% Imp. Renta		\$ 76.929,90	\$ 90.436,92	\$ 104.416,49	\$ 120.166,92	\$ 136.485,82
UTILIDAD NETA		\$ 272.751,45	\$ 320.639,99	\$ 370.203,91	\$ 426.046,34	\$ 483.904,27
Flujo						
Inversión	\$ (1.756.309,08)					
Pago Capital de Deuda	\$ 1.229.416,36	(\$ 194.105,21)	(\$ 217.103,95)	(\$ 242.827,72)	(\$ 271.599,39)	(\$ 303.780,09)
Depreciación	\$ 0	\$ 30.395,00	\$ 30.395,00	\$ 30.395,00	\$ 30.395,00	\$ 30.395,00
Flujo Neto	(\$ 526.893)	\$ 109.041,24	\$ 133.931,04	\$ 157.771,19	\$ 184.841,96	\$ 210.519,17
Capital de Trabajo						
Valor de desecho						
Flujo Neto	-526.892,73	\$ 109.041,24	\$ 133.931,04	\$ 157.771,19	\$ 184.841,96	\$ 210.519,17

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.9. Evaluación Financiera del Proyecto.

Para el proyecto se presentará indicadores de valor actual neto (VAN) y de tasa de interés de retorno (TIR).

	AÑOS USD					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO TOTAL	(526.892,73)	109.041,24	133.931,04	157.771,19	184.841,96	210.519,17

Tabla # 44 VAN, TIR Y PAYBACK

VAN	(\$ 63.232,93)
TIR	13,79%
PAYBACK	11,65

ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

El valor actual neto (VAN) que se compuso en este proyecto es un aproximado de \$63,232.93 USD.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

La tasa de interés de retorno (TIR) del proyecto proyectado es del 13,79%.

El PAYBACK indicará en que tiempo la empresa recuperará el total de la inversión.

- **Punto de Equilibrio:**

Formulas

Formulas

CMARGINAL = PRECIO - CMOD Y MOI UNITARIO

PEQ=CDIR E IND/CMGNAL

EN DÓLARES	PE = CDIR E IND / (1-(CVUNITARIO/PRECIO))
EN CANTIDAD	PE=CDIR E IND/(PRECIO - CVAR UNITARIO)

DATOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

CUENTAS	CANT. KILOS	VALOR \$
INGRESOS	0,00	0,00
	2.268,00	\$ 2.027.592,00
C. DIR E IND	0,00	\$ 1.176.195,98
	2.268,00	\$ 1.176.195,98
C. MOD Y MOI	0,00	0,00
	2.268,00	\$ 281.108,10
C. T.	0,00	0,00
	2.268,00	\$ 1.457.304,08
P. E.	0,00	0,00
	1.527,42	\$ 1.365.512,48

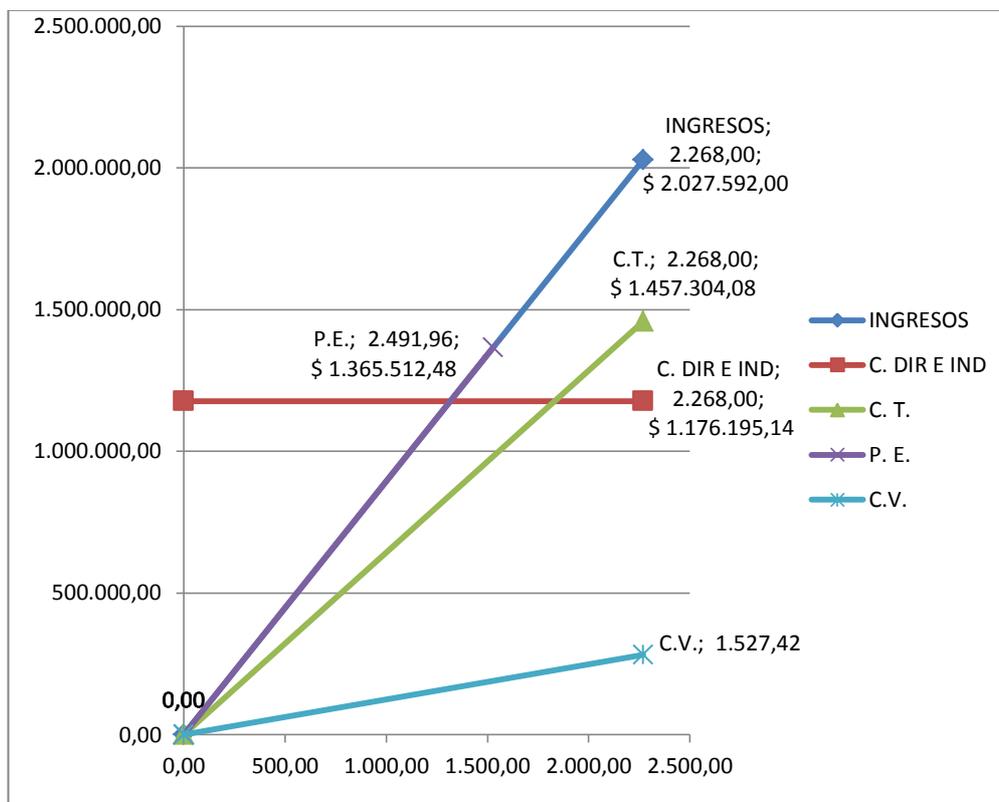
CLASIFICACIÓN DE LOS INGRESOS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN USD

INGRESOS	\$ 2.027.592,00
COSTOS DIR E IND	\$ 1.176.195,98
COSTOS MOD Y MOI	\$ 281.108,10
CANTIDAD EN KILOS	2.268,00

Tabla # 45 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	2014
PE \$	1.365.512,48
PE Q	1.527,42

Grafico # 16 Punto de Equilibrio



ELABORADO: ANA BELEN TOBAR

5.10. Análisis e Interpretación de los Resultados de la Evaluación Financiera.

Este proyecto es rentable y atractivo, tal como se demuestra en los resultados del análisis financiero. Indican un valor actual neto (VAN) de \$ 63.232,93 USD con un retorno de capital (TIR) del 13,79%, según lo que se proyecta en el cálculo de PAYBACK la inversión se recuperará a los 4 años y 230 días.

El primer año se demandará una producción cerca de 1.527,42 kilos de materia prima para suplir con los gastos y costos a los procedimientos de la empresa EcuGranos según dado en el cálculo del punto de equilibrio. La rentabilidad o utilidad es de \$ 272.751,45 el primer año.

CONCLUSIONES

Durante el estudio y en la ventaja en base al nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor objetivo, se puede decir que la creación de “EcuGranos Cía. Ltda.” de chochos salados listo para el consumo humano, dirigida al mercado de México D.F., es factible por los siguientes aspectos:

- Existen una aceptación en consumir productos saludables en el país de México para cambiar los malos hábitos alimenticios que existe en la comunidad, por lo que se tendría una ventaja competitiva por tratarse de un producto con alto valor nutritivo y que recién inicia en el mercado mexicano, con una competencia mínima.
- Se obtiene ventajas y aceptación en el proyecto, por la razón de exportar un producto natural, libre de químicos y aditivos.
- El análisis de las cifras del modelo económico-financiero del proyecto nos permite concluir que presenta factibilidad en el ámbito comercial, técnico, organizacional y financiero.
- La competencia es mínima por lo que no existen proveedores de granos de chochos en el punto de distribución seleccionado.
- Los resultados de VAN, TIR y PAYBACK (Indicadores FinancieroS) que se calculó demuestran ser muy seductores para cualquier inversionista.

RECOMENDACIONES

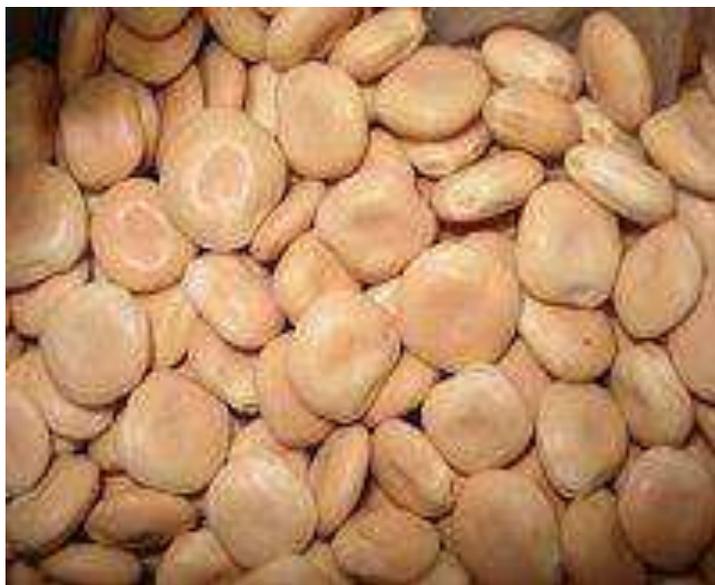
En base de la experiencia ganada en el desarrollo de este proyecto, se puntualizan las siguientes recomendaciones.

- Debido a las ganas de disminuir la tasa de obesidad alta que en muchos países presenta por los erráticos hábitos alimenticios, se puede recomendar que luego de la aceptación del producto, se pueda realizar otro análisis para considerar otro tipo de producto no tradicional y nutritivo de nuestro país para que se dé a conocer a nivel internacional.
- Por razones de que el mercado de México, es una nación que consume la mayoría de los productos son picantes, se exhorta que si se va a introducir un producto nutritivo a este país, le agreguen un aspecto atractivo para el consumidor; como “EcuGranos Cía. Ltda.” el grano de chocho tendrá un sabor salado que le brindará tener una buena aceptación por parte de los compradores.
- Se recomienda participar en ferias especializadas, como visitante y como expositor.
- En la medida que el proyecto acontezca, sería favorable acceder la personalización de los aspectos de los diseños de la producción para diversificar la cartera y proyectar innovación

ANEXOS

ANEXOS 01: MATERIA PRIMA

GRANO DE CHOCHO SECO



GRANO DE CHOCHO DESHIDRATADO



SAL

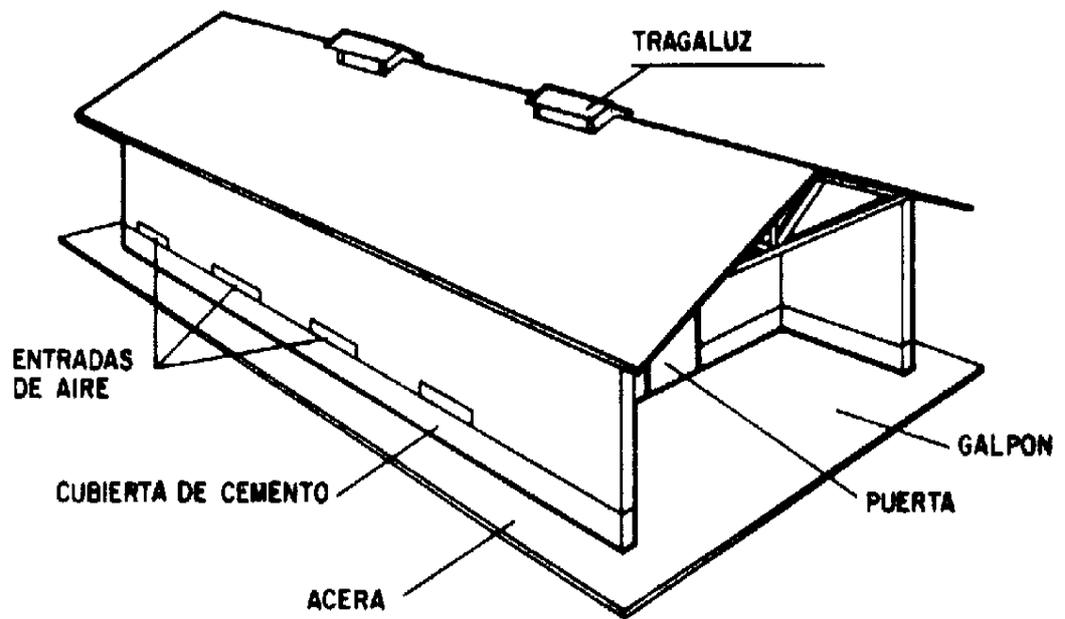


ANEXOS 02: PROCESOS PRODUCTIVOS

CLASIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRANO MEDIANTE LA CALIFICADORA DE GRANO CRIPPEN



**ACOPIO DE MATERIA PRIMA EN BODEGAS CON VENTILACIÓN (SECAS)
Y LIBRE DE INSECTOS.**



HIDRATACIÓN DE CHOCHO EN PISCINAS DE 60 M3



COCCIÓN Y LAVADO



SELECCIÓN, EMPACADO Y SELLADO



ANEXOS 03: ETIQUETA DEL PRODUCTO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Tamaño de la porción: 100 g		
Energía 416 kJ (110 calorías)		
Energía de grasa o kJ (0 calorías en grasa)		
% del valor diario*		
Grasa Total	0 g	0 %
Grasa Saturada	0 g	0 %
Grasa Trans	0 g	0 %
Colesterol	0 mg	0 %
Sodio	925 mg	39 %
Carbohidratos Totales	13 g	4 %
Fibra Alimentaria	1 g	4 %
Proteína	15	30 %

* Porcentaje diario requerido en base a una dieta de 8380 kJ (2.000 calorías). Sus valores diarios pueden ser más altos o más bajo dependiendo de las necesidades caloríficas.

Fabricado por: **ECUAGRANOS** CÍA LTDA.
Pueumbo, Quito - Pichincha - Ecuador

Ingredientes:
Chochos, sal

Peso Neto
500 g.

“Delicioso, Saludable y Fresco”