



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

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
CARRERA DE COMERCIO  
EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

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

**TEMA:  
“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARROZ  
PILADO A COLOMBIA”**


**AUTORES:  
ANDREA VILELA MIELES  
JOHNNY CAMPUZANO VÉLEZ**

**DIRECTORA DE TESIS:  
ING. MARICELA MARRIOTT**

**MANTA**




## IDENTIFICACIÓN DEL EGRESADO

NOMBRES:	Andrea	
APELLIDOS:	Vilela Miele	
NACIONALIDAD:	Ecuatoriana	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta	
FECHA DE NACIMIENTO:	15 de Junio 1988	
CEDULA DE IDENTIDAD:	1312686288	
ESTADO CIVIL:	Casada	
TELÉFONOS:	0982216063	
CORREO ELECTRÓNICO	andrea_vm88@hotmail.com	
RESIDENCIA:	Manta	
DIRECCIÓN DOMICILIO:	Ciudadela La Aurora.	
TÍTULOS ACADÉMICOS	Colegio Particular “Stella Maris” Bachiller en Técnico Polivalente en Administración	
ESTUDIOS ACTUALES:		
COMPETENCIAS LABORALES:	Trabajo	
EXPERIENCIA LABORAL:	RDH Asesoría y Sistemas S.A. Escor&Paxco	
ACTIVIDADES ACTUALES:		
INTENCIONALIDAD E INTERESES CON EL PROYECTO DE GRADO	Facilitar un instrumento para las personas que deseen emprender un negocio de exportación de pulpa de frutas.	



## IDENTIFICACIÓN DEL EGRESADO

NOMBRES:	Johnny Servio	
APELLIDOS:	Campuzano Vélez	
NACIONALIDAD:	Ecuatoriano	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Montecristi	
FECHA DE NACIMIENTO:	15 de mayo 1976	
CEDULA DE IDENTIDAD:	130825110-5	
ESTADO CIVIL:	Soltero	
TELÉFONOS:	0993071102	
CORREO ELECTRÓNICO	johcam@hotmail.com	
RESIDENCIA:	Montecristi	
DIRECCIÓN DOMICILIO:	Av. Metropolitana y calle cañar	
TÍTULOS ACADÉMICOS	Colegio Téc.experimental “23 de Octubre” Bachiller en Químico Biólogo	
ESTUDIOS ACTUALES:	Cursos de idiomas	
COMPETENCIAS LABORALES:	Trabajo	
EXPERIENCIA LABORAL:	VidcamsaIndemausCia Ltd.	
ACTIVIDADES ACTUALES:		
INTENCIONALIDAD E INTERESES CON EL PROYECTO DE GRADO	Establecer los procesos y procedimientos concretos de acción para emprender con éxito un negocio.	



## DECLARACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado intitulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARROZ PILADO A COLOMBIA”**, ha sido desarrollado por los egresados, ANDREA VILELA MIELES y JOHNNY CAMPUZANO VÉLEZ, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad mediante Oficio No. del\_. De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los profesores lectores del Proyecto de Grado, motivo por el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

---

**Egda. Andrea MarisolVilela Mieles**

---

**Egdo. Johnny Servio Campuzano Vélez**



## CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado intitulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE ARROZ PILADO HACIA EL MERCADO DE COLOMBIA**”, ha sido desarrollado por los egresados, ANDREA VILELA MIELES, JOHNNY CAMPUZANO VELEZ, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad mediante Oficio No. del\_\_. De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los profesores lectores del Proyecto de Grado, motivo por

el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

---

**Ing. Maricela Marriott B.**

Directora de Tesis De Grado

---

**Ing. Ronald López.**

PROFESOR LECTOR 1

---

**Ing. Francisco Cedeño.**

PROFESOR LECTOR 2

---

**Ing. Jorge Mendoza**

PROFESOR LECTOR 3



## DEDICATORIA

En este lapso transcurrido hay muchas personas que de diferentes maneras han aportado de manera satisfactoria para que mi carrera profesional llegue a culminar con éxito, a quienes quiero expresar mi agradecimiento por todo el soporte y confianza absoluta brindada.

Dios es lo primero en mi vida, y le agradezco día a día por haberme permitido vivir, estudiar, y brindarme la sabiduría necesaria para haber podido lograr uno de mis grandes objetivos.

A mis señores padres: Henry Vilela Ortiz y Niovis Miele Cantos, quienes han estado conmigo en cada una de las circunstancias de mi vida.

Dedico este triunfo principalmente a mi querido esposo el Ing Yujer Macías, gracias por apoyarme y ayudarme día a día, a mi pequeño hijo Juger Manuel.

A mi única hermana Karen, tíos, primos, abuelas, suegros, etc que han estado pendientes de lo que he realizado, y me han enseñado que en la vida hay obstáculos que no vemos pero que si podemos evitarlos, y llegar hacia el éxito deseado.

A todos ellos que Dios los bendiga.

**Andrea Marisol Vilela Miele.**



## AGRADECIMIENTO

A mis padres, mencionado anteriormente a mi esposo, 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 y sobre todo humanista y espiritual. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

A Dios creador del universo y dueño de mi vida que me permite construir otros mundos mentales posibles

A todos mis familiares, amigos y todas aquellas personas que han sido importantes para mí durante todo este tiempo. A todos mis catedráticos que aportaron a mi formación. Para quienes me enseñaron más que el saber científico, a quienes me enseñaron a ser lo que no se aprende en salón de clases y a compartir el conocimiento con los demás.

A todas el Consejo Directivo de la Facultad de Comercio Exterior, por su apoyo y colaboración para la realización de esta investigación.

A mi Directora de Tesis Ing Marisella Marriot, y al distinguido Ing Ronald López por su ayuda en este proyecto.

**Andrea Marisol Vilela Miele.**



## DEDICATORIA

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre Estrella Vélez, por darme la vida, quererme mucho, creer en mi. Por haberme apoyado en todo momento de esta dura, pero hermosa etapa universitaria, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

Mi padre Servio, por su don de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante a pesar de las adversidades.

**Johnny Servio Campuzano Vélez**





## **AGRADECIMIENTO.**

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, institución que mantiene liderazgo en todo el país, pues permite que todos tengamos acceso a una educación de alto nivel.

A todas las autoridades, quienes han sabido proyectar con iniciativas importantes, diferentes especialidades que permiten elevar el nivel científico de nuestro Ecuador y proyectar a las personas a alcanzar nuevos ideales.

A sus eximios catedráticos que con bagajes de conocimientos, prestos estuvieron a compartir sus experiencias en el ínter aprendizaje.

A la Ing. Maricela Marriott, quien con su carisma supo enrumbar el desarrollo del presente trabajo investigativo hasta su exitosa culminación.

A mi hermana, por haberme apoyado todo este tiempo. Gracias por sus consejos y ánimos constantes. A mis amigos: kleverTejena, Diego Vera, Andrea Vilela Mieles por todo lo que vivimos y por su influencia en mi vida. Gracias, eternamente gracias, a todos.

**Johnny Servio Campuzano Vélez**



## INDICE

Introducción .....	xvii
Resumen ejecutivo.....	xix

### Capítulo 1: El Problema:

1. Planteamiento del problema.....	1
2. Formulación y Sistematización del Problema .....	2
3. Delimitación del Problema.....	2
4. Objetivos de la Investigación .....	3
4.1. Objetivo General.....	3
4.2. Objetivos Específicos .....	3
5. Justificación del Proyecto.....	4
5.1. Justificación Teórica .....	4
5.2. Justificación Metodológica.....	4
5.3. Justificación Práctica.....	4
6. Marco de Referencia.....	5
6.1. Marco Teórico .....	5
6.2. Marco Conceptual.....	5
7. Variables e Indicadores.....	7

### Capítulo 2: Plan Estratégico

2.1. Objetivos del capítulo.....	9
2.2. Análisis Estratégico .....	9
2.2.1. Análisis del macro entorno (País – Mercado).....	10
2.2.1.1. Macroambiente del negocio .....	10
2.2.1.1.1. Factores sociales y culturales.....	11
2.2.1.1.2. Factores demográficos.....	13
2.2.1.1.3. Condiciones económicas.....	16
2.2.1.1.4. Auditoria de la competencia .....	19
2.2.1.1.5. Factores políticos y legales .....	21
2.2.1.1.6. Tecnología imperante .....	22
2.2.1.2. Microambiente externo (Ecuador).....	22



2.2.2. Análisis de la Industria .....	24
2.2.2.1. Antecedentes generales y evolución de la industria .....	24
2.2.2.2. Análisis estructural del sector industrial, 5 fuerzas de Porter .....	25
2.2.2.3. Identificación y caracterización de la competencia incluidas sus estrategias .....	26
2.2.2.4. Dimensionamiento de la oferta actual y potencial .....	27
2.2.2.5. Dimensionamiento de la demanda actual y potencial .....	29
2.2.3. Análisis FODA .....	29
2.3. Planteamiento Estratégico.....	31
2.3.1. Visión y Misión.....	31
2.3.1.1. Misión.....	31
2.3.1.2. Visión .....	31
2.3.2. Objetivos Estratégicos .....	31
2.3.2.1. Financieros: Volumen Estabilidad Rentabilidad .....	31
2.3.3. Estrategias.....	32
2.3.3.1. Cartera de productos .....	32
2.3.3.1.1. Matriz BCG: .....	32
2.3.3.2. Estrategias Genéricas de desarrollo.....	33
2.3.3.3. Estrategias de Crecimiento .....	33
2.3.3.4. Estrategias Competitivas.....	33
2.3.3.4.1. Valores Finales.....	34
2.3.3.4.2. Valores Operacionales.....	34

### Capítulo 3. Plan Comercial:

3.1. Objetivos del capítulo .....	36
3.2. Análisis del mercado de referencia.....	36
3.2.1. Tipo y estructura de mercado.....	37
3.2.2. Identificación y análisis de segmentos de mercado objetivos .....	37
3.2.3. Identificación y análisis de la competencia directa.....	38
3.2.4. Factores críticos de éxito y ventajas competitivas a desarrollar .....	39
3.2.5. Demanda insatisfecha .....	39
3.2.6. Demanda que atenderá el proyecto.....	40
3.3. Plan de Comercial.....	40



3.3.2. Mix de Marketing .....	41
3.3.2.1. Auditoria y estrategia de producto.....	41
3.3.2.1.1. Adaptación o modificación requerida.....	41
3.3.2.1.2. Atributos y beneficios del producto .....	41
3.3.2.1.3. Componentes centrales del producto .....	45
3.3.2.1.4. Componente de envase.....	46
3.3.2.1.5. Componentes de servicio de apoyo .....	46
3.3.2.1.6. Estrategia de marca .....	47
3.3.2.2. Auditoria y estrategia de precio.....	47
3.3.2.2.1. Términos de Venta (INCOTERM).....	48
3.3.2.2.2. Partida arancelaria .....	48
3.3.2.2.3. Comparativo de precios con la competencia.....	49
3.3.2.2.4. Impacto del tipo de cambio en la fijación del precio ...	49
3.3.2.2.5. Fijación del precio de venta unitario.....	49
3.3.2.2.6. Costo total unitario.....	50
3.3.2.2.7. Costos logísticos .....	50
3.3.2.2.9. Métodos de cobro/pago internacional.....	50
3.3.2.3. Auditoria y Estrategia de Distribución .....	51
3.3.2.3.1. Modo de transporte .....	51
3.3.2.3.2. Lugar de origen y destino .....	52
3.3.2.3.3. Tipos de regulaciones de marcas y etiquetas origen/destino.....	53
3.3.2.3.4. Tipo de embalaje requerido.....	53
3.3.2.3.5. Exigencias de seguro .....	54
3.3.2.3.6. Tipos de requisitos sanitarios y fitosanitarios.....	54
3.3.2.3.7. Exigencias de seguro .....	55
3.3.2.3.8. Tipos de requisitos sanitos y fitosanitarios.....	55
3.3.2.3.9. Proveedores de servicios al comercio exterior requeridos.....	56
3.3.2.4. Auditoria y Estrategia de Promoción .....	56
3.3.2.4.1. Concepto de posicionamiento.....	56
3.3.2.4.2. Slogan.....	57
3.3.2.4.3. Estrategia de mix de publicidad .....	57



3.3.2.4.4. Estrategia de promoción de venta .....	57
3.3.2.4.5. Estrategia de medios interactivos.....	57
3.3.2.4.6. Participación en ferias comerciales int. ....	58

## Capítulo 4: Plan Técnico-Organizacional

4.1. Objetivos del capítulo .....	59
4.2. Plan técnico .....	59
4.2.1. Capacidad de producción.....	59
4.2.2. Plan de producción .....	60
4.2.3. Localización.....	60
4.2.4. Proceso productivo/operacional .....	61
4.2.5. Distribución de instalación Layout.....	63
4.2.6. Plan de abastecimiento de materia primas .....	63
4.2.7. Plan de abastecimiento de insumos .....	64
4.2.8. Plan de abastecimiento de Mano de obra .....	64
4.2.9. Plan de abastecimiento de tecnología de producción.....	65
4.3. Plan Organizacional .....	65
4.3.1. Datos generales de la empresa.....	65
4.3.2. Proceso de toma de decisiones .....	66
4.3.3. Arquitectura organizacional .....	66
4.3.4. Distribución de funciones y responsabilidades.....	67
4.3.5. Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas .....	68
4.3.6. Marco Legal relacionado a la operación de la empresa.....	70
4.3.7. Administración de la Sociedad .....	71
4.3.8. Plan de implementación .....	72
4.3.9. Plan de acción a corto plazo.....	72
4.3.10. Puesta en marcha .....	72
4.3.11. Plan de Salida .....	74

## Capítulo 5: Plan Financiero

5.1. Objetivos del Capítulo .....	75
5.2. Horizonte de tiempo del Plan financiero (5 años).....	75
5.3. Plan de Inversión.....	75



5.3.1. Inversión en activos fijo .....	75
5.3.2. Inversiones en activos diferidos e intangibles.....	76
5.3.3. Inversiones en capital de operación.....	76
5.3.4. Flujo de depreciaciones de activos fijos .....	77
5.4. Plan de Financiamiento .....	78
5.4.1. Estrategia de financiamiento .....	78
5.4.2. Tabla de Amortización .....	78
5.4.3. Tasa de descuento a corto promedio ponderado de capital.....	79
5.5. Proyección de Ingresos operacionales .....	79
5.5.1. Proyección de ventas.....	79
5.5.2. Proyección de los precios .....	79
5.5.3. Proyección de los ingresos .....	80
5.5.4. Proyección de costos y gastos operacionales .....	81
5.5.4.1. Proyección de costos operacionales .....	81
5.5.4.1.1. Materia Prima Directa .....	81
5.5.4.1.2. Mano de Obra Directa .....	82
5.5.4.1.3. Gastos indirectos de fabricación .....	83
5.5.4.2. Proyección de gastos operacionales .....	84
5.5.4.2.1. Gastos Administrativos .....	84
5.5.4.2.2. Gastos de marketing y ventas .....	85
5.6. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectadas.....	85
5.7. Flujos de Fondos del Proyecto.....	86
5.8. Evaluación Financiera del Proyecto .....	86
5.8.1. PAY BACK.....	87
5.8.2. Punto de Equilibrio.....	87
5.8.3. Ratios Financieros .....	88
5.9. Análisis e Interpretación de los resultados de evaluación financiera .....	88
Conclusiones .....	90
Recomendaciones.....	92
Bibliografía .....	93
Anexos .....	95



## Índice de Tablas

Tabla No. 1: Variables e indicadores .....	7
Tabla No. 2: Información general de Colombia .....	9
Tabla No. 3: Macro ambiente del negocio .....	10
Tabla No. 4: Población de Colombia por Etnias .....	14
Tabla No. 5: Población de Colombia por departamentos y municipios .....	14
Tabla No. 6: Población por edad y por sexo.....	13
Tabla No. 7: Población total censada, por áreas y sexo, según departamentos y municipios .....	13
Tabla No. 8: Principales indicadores económicos de Colombia.....	17
Tabla No. 9: Balanza comercial Colombia – Mundo .....	17
Tabla No. 10: Balanza comercial total Ecuador – Colombia .....	18
Tabla No. 11: Exportadores Totales Colombia.....	18
Tabla No. 12: Empresas Colombianas importadoras de arroz .....	19
Tabla No. 13: Principales empresas ecuatorianas procesadoras con enfoque nacional ..	20
Tabla No. 14: Información general del Ecuador .....	23
Tabla No. 15: Indicadores Economía del Ecuador.....	24
Tabla No. 16: Oferta Actual .....	27
Tabla No. 17: Análisis de la Oferta Potencial.....	27
Tabla No. 18: Oferta Potencial .....	28
Tabla No. 19: Demanda Actual y Potencial .....	29
Tabla No. 20: Información General Bogotá .....	36
Tabla No. 21: Consumo de Arroz en Colombia .....	38
Tabla No. 22: Importadores de Arroz Colombia.....	39
Tabla No. 23: Demanda Insatisfecha .....	39
Tabla No. 24: Demanda que atenderá el proyecto .....	40
Tabla No. 25: Mercado Objetivo.....	40
Tabla No. 26: Volumen de ventas.....	41
Tabla No. 27: Valor Nutricional.....	45



Tabla No. 28: Precios.....	46
Tabla No. 29: Comparación de Precios .....	47
Tabla No. 30: Partida Arancelaria.....	48
Tabla No. 31: Precios Comparativos por país.....	49
Tabla No. 32: Costo Total Unitario .....	50
Tabla No. 33: Costos Logísticos mensuales .....	50
Tabla No. 34: Medias del camión .....	54
Tabla No. 35: Capacidad de producción .....	59
Tabla No. 36: Producción Proyectada.....	59
Tabla No. 37: Proveedores de arroz en cáscara .....	64
Tabla No. 38: Maquinarias y herramientas.....	65
Tabla No. 39: Muebles y enseres .....	68
Tabla No. 40: Equipos de oficina.....	69
Tabla No. 41: Maquinaria y herramientas.....	69
Tabla No. 42: Equipo de Computación .....	69
Tabla No. 45: Activos .....	75
Tabla No. 46: Inversiones Intangibles .....	76
Tabla No. 45: Depreciación.....	77
Tabla No. 46: Financiamiento del Proyecto .....	78
Tabla No. 47: Inversión Inicial.....	78
Tabla No. 48: Periodos de Pago del Prestamo .....	78
Tabla No. 49: WACC = CPPC .....	79
Tabla No. 50: Proyección de Precios .....	80
Tabla No. 51: Proyección de ingresos .....	80
Tabla No. 52: Ingreso por Venta de Polvillo.....	80
Tabla No. 53: Ingreso por venta de Arrocillo .....	81
Tabla No. 54: Materia Prima Directa.....	81
Tabla No. 55: Costos directos de producción.....	81
Tabla No.56: Mano de Obra Directa .....	82





Tabla No. 57: Gastos Básicos .....	83
Tabla No. 58: Suministros de Oficina.....	83
Tabla No. 59: Costo de Exportación .....	83
Tabla No. 60: Gastos Varios .....	83
Tabla No. 61: Gastos Administrativos.....	84
Tabla No. 62: Gastos de Publicidad y Ferias .....	85
Tabla No. 63: Estado de Resultado Integral .....	85
Tabla No. 64: Flujo de Fondo del Proyecto.....	86
Tabla No. 65: Evaluación Financiera del Proyecto.....	86
Tabla No. 66: PayBack.....	87
Tabla No. 67: Punto de Equilibrio .....	87



## Índice de Gráficos

Gráfico No. 1: Auditoria de la Competencia.....	19
Gráfico No. 2: 5 Fuerzas de Porter .....	25
Gráfico No. 3: Exportadores de Arroz.....	26
Gráfico No. 4: Competidores Directos .....	26
Gráfico No. 5: Producción de Arroz en el Ecuador .....	29
Gráfico No. 6: Análisis FODA .....	30
Gráfico No. 7: Matriz BCG .....	32
Gráfico No. 8: Carta de Crédito .....	50
Gráfico No. 9: Auditoria de Estrategia de Distribución .....	51
Gráfico No. 10: Diagrama del flujo por proceso de la producción y exportación de la Arroz.....	62
Gráfico No. 11: Distribución LAYOUT .....	63
Gráfico No. 12: Datos generales de la empresa.....	65
Gráfico No. 13: Administración de un negocio.....	66
Gráfico No. 14: Organigrama Estructural.....	67
Gráfico No. 15: Dirección general de la industria .....	74

## Índice de Figuras

Figura No. 1: Mapa político de Colombia .....	10
Figura No. 2: Mapa de Colombia.....	36
Figura No. 3: Plagas y Enfermedades .....	44
Figura No. 4: Envase.....	46
Figura No. 5: Logotipo .....	47
Figura No. 6: Términos de Venta INCOTERM .....	48
Figura No. 7: Ruta .....	52
Figura No. 8: Lugar de origen y destino.....	52
Figura No. 9: Embalaje.....	53
Figura No. 10: Transporte.....	54
Figura No. 11: Slogan.....	57



## INTRODUCCIÓN

El arroz es conocido a nivel mundial y se ha transformado en un sustento diario de todas las personas, este cereal es la base de la dieta de medio mundo, es muy económico, energético y digerible, bajo en grasas y rico en almidón. Según la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura (FAO), la producción de arroz en el Ecuador ocupa el puesto N° 26 a nivel mundial (2010), además de considerarnos uno de los países más consumidores de arroz dentro la Comunidad Andina.

Las provincias de mayor superficie de producción son: Manabí, Guayas, Loja, Los Ríos y Esmeraldas. Manabí tiene el 15,48% de la participación nacional en cuanto a la superficie agrícola; Guayas 11, 26%, Loja 7, 64%; Los Ríos 7,25%, y Esmeraldas 7,11%. Se clasificó este tipo de superficie en términos de hectáreas para identificar la cantidad que hay en cultivos permanentes, transitorios y barbechos, en pastos cultivados y en pastos naturales,

En el Ecuador se siembran alrededor de 400 mil hectáreas de este cereal el cual tiene un rendimiento 3,8 toneladas por hectárea en las 76.000 unidades de producción. Es el alimento más consumido: cada ecuatoriano se come 46 kilos anuales. Los productores de una a diez hectáreas representan el 65,4 % del total.

El mayor problema que existe del cultivo del arroz es como controlar las diferentes plagas y enfermedades que atacan y reducen los rendimientos de este cultivo. Para frenar estas enfermedades, se requiere de mecanismos confiables mediante el manejo de pesticidas y controles químicos.. “Muchas personas han venido aplicando de manera equivocada fungicidas y hasta por cuatro ocasiones , incluso insecticidas que no son específicos para combatir los ácaros. Una cosa es fungicida y otra acaricidas”, (Telegrafo, 2012)

“El arroz se encuentra dentro de los cereales con mayor nutrición y fibra, posee además un alto valor nutricional es rico en hidratos de carbono y posee y un menor índice de



glucosa lo cual ayuda al metabolismo de las personas diabéticas lo que hacen un atractivo consumo de esta gramínea”, (Agro, 2010).<sup>1</sup>

Camvile SA quiere llegar a los estándares internacionales con un producto de alta calidad bajo la selección y ejecución de los niveles y exigencias del mercado internacional logrando ser más competitivos en los diferentes tipos de mercados, y promover el desarrollo y económico del país y la agricultura en el Ecuador.

---

<sup>1</sup> <http://www.revistaelagro.com/2013/07/23/produccion-precios-y-exportacion-de-arroz-ecuatoriano/>



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto nos permite crear una Actividad Comercial para introducir la producción del Arroz Pilado con la marca CAMVILE, mostrando la calidad del cereal, y así podernos dar a conocer a nivel internacional; esperando un mayor crecimiento económico para el país.

### CAPITULO I

Este capítulo nos permite identificar el problema de nuestra investigación. Aquí se desarrolla el planteamiento, formulación y sistematización, delimitación, variables y los objetivos trazados para realizar ese plan de negocios.

### CAPITULO II

Por medio de la investigación deductiva realizada, se puede analizar el mercado meta donde comercializaremos nuestro producto. En dicho mercado nos encontramos con una oferta potencial de 1.563.538.14 TN, y una demanda actual de 2.007.939.41 TN, lo cual asegura una penetración óptima en Colombia. Todo esto se determina además al realizar nuestro análisis FODA del proyecto.

### CAPITULO III

Este capítulo nos evidencia un nicho de mercado como es Bogotá, sus canales de distribución y las regulaciones gubernamentales para realizar las ventas y el marketing del mismo.

- Demanda insatisfecha de 444.401,26.
- demanda que atenderá al proyecto es de 0.29%,

### CAPITULO IV

Estudia los puntos técnicos y organizacionales de la empresa; se establecen detalladamente cada proceso de elaboración del producto, equipos, materia prima, insumos, entre otros.



## CAPÍTULO V

Se constituye el plan financiero del proyecto (empresa), que nos permite fijar la viabilidad y rentabilidad de la puesta en marcha de nuestro plan de negocios.

Nos ha arrojado el siguiente análisis financiero:

- Determinamos que nuestro proyecto obtiene una inversión de \$ 74.804,74.
- Su Valor Actual Neto es de \$150.494,16
- Su rentabilidad es de hasta el 40.33%

La recuperación de nuestra inversión se recuperará en el segundo año, y en los años posteriores habrá un incremento en las utilidades.

Mediante este análisis se determinó la viabilidad de la empresa de acuerdo a los resultados obtenidos bajo los indicadores del VAN , TIR, Y WACC, en los cuales delimitamos lo siguiente

VAN, TIR, y el PAYBACK.

<b><i>WACC</i></b>	<b><i>10,26%</i></b>
<b><i>TIR</i></b>	<b><i>40,33%</i></b>
<b><i>VAN</i></b>	<b><i>\$ 150.494,16</i></b>

Todo esto se complementa con las conclusiones y recomendaciones que hacen referencia a los resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos planteados en cada uno de los capítulos



## CAPITULO I

### 1) Planteamiento del problema

El arroz se ha convertido hoy por hoy en un sustento universal, este cereal es la base de la dieta de medio mundo. Se trata de un alimento económico muy energético y digerible, bajo en grasas y rico en almidón.

Según la organización de las naciones unidas para la agricultura (FAO) La Producción de Arroz en el Ecuador ocupa el puesto n26 a nivel mundial (2010).

Ecuador ha sido un gran productor y comercializador de este cereal, pero su venta disminuyó en el 2011 debido a factores climáticos. A partir del 2013 su producción volvió a hacer la misma y se ha recuperado considerablemente, tanto así que hay un superávit del producto.

Es por esta razón que nuestra propuesta de Plan de Negocios va dirigida a la Exportación de Arroz Seco Pilado producido en Pueblo Nuevodel Cantón Santa Ana de Manabí, el mismo que generará ingresos económicos y plazas de trabajo.

Según el MAGAP nuestro mayor comprador de arroz hasta el 2007 fue Colombia, en el 2008 disminuyeron las exportaciones debido a que se cerró el trato comercial con el vecino país y se direccionó su venta al mercado Venezolano.

Pero a partir del 2012, las negociaciones se reabrieron debido a un gran desabastecimiento que sufrió Colombia debido a problemas climáticos. El país vecino empezó a importar 90.000 toneladas de arroz seco ecuatoriano. Y se ha mantenido su importación de esta gramínea.

El consumo de arroz en Colombia es de 42.5kg per cápita, su producción interna no abastece a la demanda es por esto que hemos visto la oportunidad de reexportar arroz de excelente calidad hacia este mercado.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/>



## 2) Formulación y Sistematización del Problema

### Formulación del Problema.

¿Será importante que el plan en marcha de la propuesta presentada conozca cómo determinar la situación actual y perspectivas de la Comercialización Internacional del Arroz ensacado al mercado Colombiano?

### Sistematización del Problema.

- 1) Existe un estudio y estrategia de mercado para poder internacionalizar el arroz pilado, para consumirlo como producto final?
- 2) ¿Cuál será la aplicación de estrategias para la comercialización del Arroz y poderlo segmentar, promocionar y posicionar en el nicho de mercado externo?
- 3) ¿Cómo implementar una estructura organizacional para direccionar el emprendimiento productivo y comercial apoyado de los mecanismos logísticos acordes a las necesidades del mercado propuesto?
- 4) ¿Existe la propuesta de un estudio financiero que sea viable y sostenible para poder canalizar una estructura empresarial firme, concisa y segura?

## 3) Delimitación del Problema.

**Tema:** *“Plan de Negocios para la exportación Arroz Pilado hacia el mercado de Colombia.”*

**Área:** Exportación y Negocios Internacionales





**Espacio:**

- **ORIGEN:** Santa Ana-Manabí - Ecuador
- **DESTINO:** Colombia- Bogotá

**Sector:** Comercialización Y Exportación de Arroz pilado (en sacos de yute)

**Problema:** ¿Es factible la exportación y comercialización del Arroz pilado ensacado al mercado Colombiano?

**Tiempo:** 2014

**4) Objetivos de la investigación**

**4.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la comercialización internacional del Arroz pilado ensacado al mercado de Colombia “Bogotá”

**4.2. Objetivos específicos**

1. Realizar un adecuado estudio de mercado en el que se pueda identificar claramente las características de comportamiento del consumidor y las restricciones del mercado meta.
2. Implementar estrategias de marketing innovadoras, que involucren opciones de empaque, modo de distribución y de comercialización diferenciada.
3. Determinar la viabilidad técnica, cadena de producción, tecnología adecuada y los recursos necesarios para el adecuado abastecimiento del arroz pilado en los procesos logísticos durante la exportación, hasta la distribución del país seleccionado.
4. Diseñar un análisis financiero para determinar los escenarios en los cuáles el producto puede ser una oportunidad real de negocio.



## **5) Justificación del proyecto**

### **5.1. Justificación Teórica**

Mediante la elaboración de este plan de negocios se desea brindar oportunidades comerciales a este cereal, que están basadas en la identificación de necesidades reales a partir de información primaria y secundaria ofrecida por países que reclaman mayor producción de materias primas, no posibles de desarrollar en sus tierras. Este elemento hace posible en pensar exportar de Arroz Pilado hacia Colombia, ofreciendo así un producto que cumpla con las mejores características de cultivo.

Por esta razón para el desarrollo de este proyecto consideramos al Cantón Santa Ana parroquia San Pablo de Pueblo Nuevo, como el lugar adecuado para la implementación de la mencionada planta que se encargará del proceso logístico para la exportación de arroz pilado hacia el mercado Colombiano.

Mediante la elaboración de este plan de negocios se desea incrementar la exportación de arroz pilado a Colombia (Pasto) ya que es un rubro importante para la economía de nuestro país.

### **5.2. Justificación Metodológica**

Debido a que es clara la urgencia en resolver los problemas de orden técnico que afectan el cultivo y generar el correspondiente soporte básico, así como desarrollar una producción empresarial con niveles adecuados de calidad y rentabilidad para el Arroz Pilado ecuatoriano, es importante trabajar activamente en el desarrollo económico para lograr un esfuerzo conjunto de promoción dirigido al consumidor, en la creación de un sello de origen o de una marca para este cereal.

### **5.3. Justificación Práctica**

Para que se lleve a cabo una exportación exitosa, se requieren de conocimientos que van desde las formas de incrementar la producción hasta la forma de comercialización.



Una alternativa para resolver esta problemática parece ser la utilización racional y sustentable de los recursos existentes.

## 6) Marco de referencia

### 6.1. Marco Teórico

El arroz (del árabe أرز, Ar-ruzz) es la semilla de la planta *Oryza sativa*. Se trata de un cereal considerado alimento básico en muchas culturas culinarias (en especial la cocina asiática), así como en algunas partes de América Latina. El arroz es el segundo cereal más producido en el mundo, tras el maíz. Debido a que este se produce con muchos otros propósitos aparte del consumo humano, se puede decir que es el arroz el cereal más importante en la alimentación humana y que contribuye de forma muy efectiva al aporte calórico de la dieta humana actual; es fuente de una quinta parte de las calorías consumidas en el mundo. Desde 2008, se ha realizado un racionamiento en algunos países debido a la carestía de arroz. En países como Bangladés y Camboya puede llegar a representar casi las tres cuartas partes de la alimentación de la población. Se dedican muchas hectáreas al cultivo del arroz en el mundo. Se sabe que el 95% de este cultivo se extiende entre los paralelos 53°, latitud norte, y 35°, latitud Sur. Su origen es objeto de controversia entre los investigadores; se discute si fue en China o India<sup>3</sup>.

Es por eso que desarrollaremos nuestra tesis para la utilización de este método en nuestro producto de exportación.

### 6.2. Marco Conceptual

Para el desarrollo del presente proyecto se hace necesario el uso de conceptos que permitan la mejor comprensión y logro de los objetivos enmarcados dentro de una teoría que a continuación se define:

**ARROZ.-** El arroz es un cereal sano y nutritivo y tiene cualidades que lo vuelven ideal en cualquier tipo de dieta o requerimiento nutricional.

---

<sup>3</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/>



- Contiene sólo 103 calorías por media taza de arroz blanco y 108 calorías por media taza de arroz moreno
- No contiene colesterol
- No contiene grasa
- No contiene sodio
- Es un carbohidrato complejo
- No contiene gluten y es no alergénico
- Es sencillo de digerir
- El Arroz Alimento Base, (Goya, 2014).<sup>4</sup>

**CEREAL.-** Los cereales (de *Ceres*, el nombre en latín de la diosa de la agricultura) son gramíneas, herbáceas cuyos granos o semillas están en la base de la alimentación

**PILADO.-** arroz elaborado. Proceso de elaboración del arroz.

**CALORIAS.-** Se define la caloría como la cantidad de energía calorífica necesaria para elevar la temperatura de un gramo de agua pura desde 14,5 °C a 15,5 °C, a una presión normal de una atmósfera.

**CARBOHIDRATO.-** Sustancia orgánica sólida, blanca y soluble en agua, que constituye las reservas energéticas de las células animales y vegetales; está compuesta por un número determinado de átomos de carbono, un número determinado de átomos de oxígeno y el doble de átomos de hidrógeno.

**COLESTEROL.-** Sustancia grasa que se encuentra en las membranas de muchas células animales y en el plasma sanguíneo.

**SODIO.-** Elemento químico de número atómico 11, masa atómica 22,99 y símbolo *Na* ; es un metal alcalino de color blanco plateado, blando, ligero y explosivo al contacto con el agua que se encuentra muy abundantemente en la naturaleza, siempre

---

<sup>4</sup>[http://www.goya.com/espanol/nutrition/basics\\_rice.html](http://www.goya.com/espanol/nutrition/basics_rice.html)



combinado formando sales, y se usa en células fotoeléctricas, lámparas y en síntesis de productos químicos.

**TRANSGENICO.-** Que ha sido concebido artificialmente mediante ingeniería genética con mezcla de DNA de otros organismos en sus genes.

**ALERGÈNICO.-** Que produce alergia.<sup>5</sup>

**GLUTEN.-** Sustancia pegajosa y de color pardo, formada por proteínas, que se encuentra en la semilla del trigo y de otras gramíneas y que proporciona gran cantidad de energía al organismo.

**SEMILLAS.-** simiente o pepita es cada uno de los cuerpos que forman parte del fruto que da origen a una nueva planta; es la estructura mediante la cual realizan la propagación las plantas que por ello se llaman espermatofitas (plantas con semilla).

**SACOS.-** recipiente similar a una bolsa.

## 7) Variables e indicadores

**Tabla No. 1: Variables e indicadores**

<b>VARIABLES DEPENDIENTES</b>	<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>	<b>INDICADORES</b>
Aprovechamiento de las nuevas leyes para la exportacion de cereales como el arroz pilado al mercado colombiano	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Deficiente estudio y estrategia de mercado para poder internacionalizar el producto.</li> <li>➤ Deficientes estrategias para la comercialización de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poco estudio de mercado al que se pretende segmentar.</li> <li>➤ Falta de valor agregado del producto</li> </ul>

<sup>5</sup><http://saludyalimentacion.consumer.es/alergia-al-huevo-al-completo>



	<p>arroz pilado para promocionarlo y posicionarlo en un nicho de mercado externo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de implementación de una estructura organizacional para direccionar el emprendimiento productivo y comercial apoyado de los mecanismos logísticos acordes a las necesidades de los mercados externos.</li> <li>➤ Mejorar la producción y comercialización mediante un estudio financiero que sea viable y sostenible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inadecuado empleo de los recursos humanos técnicos, y tecnológicos necesarios para el proceso de exportación</li> <li>➤ Inapropiado estudio de la situación financiera de la empresa.</li> </ul>
--	---	---




## CAPÍTULO II PLAN ESTRATÉGICO

### 2.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

Realizar un adecuado estudio de mercado en el que se pueda identificar claramente las características de comportamiento del consumidor y las restricciones del mercado meta.

### 2.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO:

**Tabla No. 2: Información general de Colombia**

Colombia	Bogotá
<b>Población</b>	46,581,823
<b>Bandera</b>	
<b>Presidente</b>	Juan Manuel Santos
<b>Idioma oficial</b>	Español, Castellano
<b>Superficie</b>	2,070.408 km <sup>2</sup>
<b>PIB</b>	US\$ 478miles de millones
<b>Moneda</b>	Peso Colombiano
<b>Tasa de Crecimiento</b>	5.9%

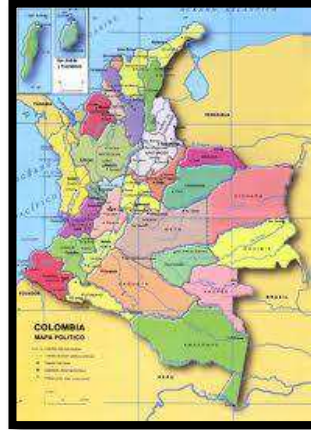
Procuador / The World Factbook 2001, CIA

Elaboracion: Los autores.



## 2.2.1 Análisis del macro entorno (País Mercado).

**Figura No. 1: Mapa político de Colombia**



### 2.2.1.1 Macro Ambiente del Negocio.

Colombia, es un país de América ubicado en la zona noroccidental de América del Sur, organizado constitucionalmente como una república unitaria descentralizada. Su capital es Bogotá.

**Tabla No. 3: Macro ambiente del negocio**

LÍMITES	LÍMITES MARÍTIMOS
Al este con Venezuela y Brasil. Al Sur con Perú y Ecuador Al Noroeste con Panamá	Colinda con Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, Haití República Dominicana y Venezuela en el Ecuador con el O. Pacífico

- Es la única nación de América del Sur que tiene costas en el océano Pacífico y en el Mar Caribe, en los que posee diversas islas como el Archipiélago de San Andrés y Providencia.
- Es la cuarta nación en extensión territorial de América del Sur y, con alrededor de 46 millones de habitantes, la tercera en población en América Latina.





- A nivel mundial es conocida por la producción de café suave, flores, esmeraldas, carbón y petróleo, su diversidad cultural y por ser el segundo de los países más ricos en biodiversidad del mundo.
- El PBI nominal es el cuarto más grande de América Latina, y ocupa el puesto 33 a nivel mundial.
- Su PBI PPA ocupan el cuarto puesto en Latinoamérica, y ostenta el puesto 28 a nivel global. Esto transforma a Colombia en la cuarta economía latinoamericana y la tercera en América del Sur.
- Es el vigésimo sexto país más grande del mundo y el cuarto en América del Sur, cubriendo 1,141,748 km<sup>2</sup>.
- En los Llanos Orientales que suponen cerca del 60% del área total del territorio colombiano, la única formación montañosa de importancia es la Serranía de la Macarena que se encuentra segregada del sistema montañoso andino.
- En el mundo, es uno de los países con mayores recursos hídricos, ríos, quebradas y nacimientos de agua, además es la principal fuente hídrica del planeta, en cuyo territorio se encuentran cinco grandes vertientes hidrográficas<sup>6</sup>.

### **Clima.**

Varía de frío extremo en los nevados, hasta los más cálidos a nivel del mar; posee dos estaciones secas y dos precipitaciones por tener influencias de los vientos alisios y la zona de convergencia intertropical, que son influenciados a su vez por los efectos de la niña(o).<sup>7</sup>

### **2.2.1.1.1. Factores Sociales y Culturales.**

#### **Cultural.-**

Se aiguala a la del resto de países de Hispanoamérica, aunque con ciertos elementos particulares que la hacen única.



Los españoles diezmaron a la población indígena pero, aun así, muchos de sus aportaciones continúan vivas en la música, el lenguaje y las costumbres colombianas.

<sup>6</sup> Recuperado de: [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)

<sup>7</sup> [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)



los carnavales es ocasión para que la gente se reúna y disfrute de la fiesta, es un aspecto importante de colombiana.

La música es parte esencial, existiendo una gran afición a la cumbia y el vallenato en todo el país, la literatura y el arte también son muy conocidos.<sup>8</sup>

❖ **Social** La situación de pobreza que afecta a Colombia en estos tiempos es más que preocupante, el 46% de la población Colombiana vive en la pobreza, y aproximadamente un 17% de la población está en la absoluta indigencia. Se especula que para el año 2015 el índice de pobreza en Colombia alcance el 50% del total de la población.



El gobierno hace alarde del crecimiento económico de este país, y la verdad es que en estos últimos años el crecimiento ha sido fuerte. Lo que no es entendible es que con un crecimiento tan fuerte crezca el índice de pobreza, cuando debería de ser todo lo contrario.<sup>9</sup>

### **Perfil del consumidor Colombiano.**

En los últimos 30 años la internet es uno de los factores que mayor cambio ha generado en la manera de comunicar la publicidad, cada vez son más conocedores de las tecnologías que se van desarrollando y las aplican de una manera muy adecuada, podemos decir que los colombianos cada vez es más alfabeta tecnológicamente hablando, y hace de esta tecnología una herramienta cotidiana en su día a día.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> [http://www.donquijote.org/culture/colombia/index\\_es.asp](http://www.donquijote.org/culture/colombia/index_es.asp)

<sup>9</sup> <http://juancarloscasta.obolog.es/situacion-social-colombia-519464>

<sup>10</sup> <http://prezi.com/cslrnm6ljmvs/perfil-del-consumidor-colombiano/>



## Cultura de Negociación

Las citas se deben programar con dos o tres semanas de antelación. Siempre hay que tratar de que le reciban los ejecutivos de mayor nivel o los propios gerentes del negocio.

Se recomienda llegar con un día o dos de anticipación, para acostumbrarse a la altitud del país, y sobre todo si tiene una reunión en Bogotá.

Aunque la puntualidad no es una de las principales características a destacar de los colombianos, usted debe ser puntual en todas sus citas.. Espere con paciencia el tiempo que sea necesario<sup>11</sup>.

### 2.2.1.1.2 Factores Demográficos.

Según los datos del censo nacional de 2005 extrapolados a 2010, el país tiene una población de 46,581,823 habitantes, el 51 % son mujeres y el 49 % son hombres. Los diez departamentos de tierras bajas del oriente (aproximadamente el 54% del área total), tienen menos del 3% de la población y una densidad de menos de una persona por kilómetro cuadrado. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) estima que alrededor de 3,331,107 colombianos viven en el exterior, principalmente en Estados Unidos, España, Venezuela y Canadá. Los más propensos a emigrar son los originarios del interior del país y de algunos centros urbanos, destacándose un contingente importante de intelectuales y talentosos que hacen parte del fenómeno llamado "fuga de cerebros". Las principales causas de esta situación son las dificultades económicas y los problemas de orden público, los que han generando que Colombia sea uno de los países latinoamericanos con mayor flujo de emigrantes, así como el segundo de mayor desplazamiento forzado interno de población a nivel mundial con 3 millones, según un reporte de la Agencia de la ONU para Refugiados (ACNUR).<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>[http://www.protocolo.org/internacional/america/citas\\_de\\_negocios\\_en\\_colombia\\_cultura\\_empresarial\\_reglas\\_de\\_](http://www.protocolo.org/internacional/america/citas_de_negocios_en_colombia_cultura_empresarial_reglas_de_)

<sup>12</sup> [www.proecuador.com](http://www.proecuador.com)



**Tabla No. 4: Población de Colombia por Etnias**

<b>POBLACIÓN DE COLOMBIA POR ETNIAS</b>	
<b>Año 2005</b>	
<b>Grupo Étnico</b>	<b>Cantidad</b>
Indígena	1,392,623
Rom o Gitanos	4,858
Afrocolombiano	4,311,757
Sin pertenencia étnica	34,898,170
<b>Total</b>	<b>40,607,408*</b>

\*El total incluye la población que dio respuesta a la pregunta de auto reconocimiento.

Fuente: DANE, Censo General 2005

Elaboración: Oficina Comercial de Ecuador en Colombia, OCE Bogotá

### **Población urbana y principales ciudades**

La actividad económica se concentra principalmente en los departamentos de Bogotá D.C., seguido de Antioquia y Valle del Cauca. En la siguiente tabla se resume la distribución de acuerdo al número de habitantes:

**Tabla No. 5: Población de Colombia por departamentos y municipios**

<b>POBLACIÓN DE COLOMBIA POR DEPARTAMENTOS Y MUNICIPIOS</b>	
<b>Departamentos y Municipios</b>	<b>Cantidad</b>
Bogotá, D.C.	6,778,691
Antioquia	5,601,507
Valle del cauca	4,052,535
Cundinamarca	2,228,682
Atlántico	2,112,001
Santander	1,913,444
Bolívar	1,836,640
Nariño	1,498,234
Tolima	1,312,304
Boyacá	1,210,982



Norte de Santander	1,208,336
Cauca	1,182,022
Magdalena	1,136,819
Huila	1,001,47

Fuente: DANE, Censo General 200

Elaboración: Oficina Comercial de Ecuador en Colombia, OCE Bogotá

### Distribución de la población por edad y sexo

En la siguiente tabla se presenta la distribución de la población colombiana por edad y por sexo, según lo que indican las estadísticas oficiales del país

**Tabla No. 6: Población por edad y por sexo**

<b>POBLACIÓN POR EDAD Y POR SEXO</b>			
Grupos de Edad	Hombre	Mujer	Partic. 2011
0-14 años	6"109.495	5"834,273	26.70%
15-64 años	14"826,008	15"208,799	67.20%
65 años en adelante	1"159,691	1"587,277	6.10%

Fuente: The World Factbook 2011, CIA (Central Intelligence Agency)

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Colombia

Además, en la siguiente tabla se muestra la distribución de la población nacional de acuerdo al sexo por departamentos y municipios.

**Tabla No. 7: Población total censada, por áreas y sexo, según departamentos y municipios**

<b>POBLACIÓN TOTAL CENSADA, POR ÁREAS Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTOS Y MUNICIPIOS</b>			
Departamentos y Municipios	TOTAL		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
BOGOTÁ, D.C.	6,778,691	3,240,469	3,538,222
ANTIOQUIA	5,601,507	2,708,222	2,893,285



VALLE DEL CAUCA	4,052,535	1,944,994	2,107,541
CUNDINAMARCA	2,228,682	1,113,313	1,115,369
ATLÁNTICO	2,112,001	1,026,477	1,085,524
SANTANDER	1,913,444	939,672	973,772
BOLÍVAR	1,836,640	918,074	918,566
NARIÑO	1,498,234	741,925	756,309
TOLIMA	1,312,304	651,97	660,334
BOYACÁ	1,210,982	602,851	608,131
NORTE DE SANTANDER	1,208,336	597,865	610,471
CAUCA	1,182,022	589,22	592,801
MAGDALENA	1,136,819	573,639	563,18
HUILA	1,001,476	501,619	499,857
CALDAS	898,490	438,465	460,025
RISARALDA	859,666	418,236	441,43
SUCRE	762,263	386,125	376,138
META	713,772	358,589	355,183
LA GUAJIRA	655,943	324,424	331,519
QUINDIO	518,691	253,032	265,659
CHOCÓ	388,476	191,984	196,492
CAQUETÁ	337,932	171,351	166,581
CASANARE	281,294	144,391	136,903
PUTUMAYO	237,197	120,267	116,93
ARAUCA	153,028	78,152	74,876
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRES	59,573	29,242	30,331
GUAVIARE	56,758	29,137	27,621
AMAZONAS	46,950	24,294	22,656
VICHADA	44,592	23,306	21,286
VAUPÉS	19,943	10,130	9,813
GUAINÍA	18,797	9,704	9,093
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>41,468,384</b>	<b>20,336,117</b>	<b>21,132,267</b>

Fuente: DANE, Censo General 2005

Elaboración: Oficina Comercial de Ecuador en Colombia, OCE Bogotá

### 2.2.1.1.3 Condiciones Económicas.

Según las estadísticas del Banco Mundial, a continuación se indican los principales indicadores económicos de Colombia publicados del año 2011.



**Tabla No. 8: Principales indicadores económicos de Colombia**

<b>PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DE COLOMBIA</b>	
<b>PIB a precios actuales</b>	USD 331,654,672,814
<b>Crecimiento del PIB anual, 2011</b>	6%
<b>PIB per cápita a precios actuales</b>	USD 7,067
<b>Inflación, precios al consumidor</b>	3.41%
<b>Tasa de interés real</b>	5.45%
<b>Tasa de desempleo (2010)</b>	11.60%
<b>Composición sectorial del PIB (2011)</b>	
<b>Agricultura</b>	6.77%
<b>Industria</b>	31.60%
<b>Servicios</b>	61.63%

Fuente: Banco Mundial

Elaboración Oficina Comercial de Ecuador en Colombia, OCE Bogotá

➤ **Balanza comercial del País con el Mundo**

Al revisar el saldo total entre el período 2007-2011 se observa que en los años de análisis Colombia ha mejorado su balanza comercial, teniendo un superávit que aumenta notablemente en el 2011. De igual forma se observa que las exportaciones de Colombia presentaron en todo el período una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 17,39%, así como las importaciones alcanzaron una TCPA de 13,97%.

**Tabla No. 9: Balanza comercial Colombia – Mundo**

<b>BALANZA COMERCIAL COLOMBIA – MUNDO</b>						
<b>Valor en Millones USD</b>						
Actividad	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	29,991	37,626	32,853	39,820	56,954	49,746
Importaciones	30,816	37,155	31,188	38,351	51,998	46,580
<b>Balanza Comercial</b>	<b>(825)</b>	<b>471</b>	<b>1,665</b>	<b>1,469</b>	<b>4,956</b>	<b>3,166</b>

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN) –

➤ **Balanza Comercial Bilateral**

La relación comercial entre Ecuador y Colombia es de amplia importancia a nivel comercial para ambos países, considerando la relación comercial petrolera así como la no petrolera. Al revisar el saldo total entre el período 2007-2011 se observa que en todos los años de análisis existe un superávit comercial que se agudizó en los años 2010 y 2011. De igual forma se observa que las exportaciones desde Ecuador a Colombia



presentaron en todo el período una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 8%, así como las importaciones alcanzaron una TCPA de 10%.

**Tabla No. 10: Balanza comercial total Ecuador – Colombia**

BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR – COLOMBIA							
Valor en Millones USD							
Actividad	2007	2008	2009	2010	2011	2012 Ene-Jun	TCPA 2007- 2011
Exportaciones	739,646	803,779	678,338	793,062	1,023,209	49,746	8.45%
Importaciones	1,469,323	1,727,047	1,485,168	1,949,997	2,141,580	46,580	9.88%
<b>Balanza Comercial</b>	<b>(729,677)</b>	<b>(923,269)</b>	<b>(806,830)</b>	<b>(1,156,935)</b>	<b>(1,118,371)</b>	<b>3,166</b>	<b>11.27%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## Comercio Exterior del País

### ➤ Exportaciones al Mundo

Durante los diez primeros meses de 2012 las ventas externas del país crecieron 7,4% con relación al mismo período de 2011, al pasar de US\$46.297,3 millones FOB a US\$49.745,7 millones FOB. La participación más grande en las exportaciones es la del sector minero que ha presentado un crecimiento en los últimos años.

**Tabla No. 11: Exportadores Totales Colombia**

Exportaciones Totales Colombia							
Valores en Millones de dólares FOB							
Sector	2008	2009	2010	2011	Part (%)	2012*	Part (%)
Total Exportaciones	37.426	32.853	35.320	56.554	100,00	49.746	100,00
Sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura	2.130	2.077	2.147	2.264	3,98	2.194	4,41
Sector minero	14.268	13.786	19.147	31.260	54,89	27.737	55,76
Sector industrial	21.172	16.875	18.446	23.276	40,87	19.715	39,63
Productos alimenticios y bebidas	4.489	3.858	3.582	4.768	8,37	3.372	6,78
Productos de tabaco	21	14	9	7	0,01	10	0,02
Fabricación de productos textiles	1.073	702	476	564	0,99	462	0,93
Fabricación de prendas de vestir	1.005	801	545	540	0,95	475	0,95
Cuero y sus derivados; calzado	670	289	229	260	0,46	207	0,42
Industria maderera	74	42	28	29	0,05	33	0,07
Papel, cartón y sus productos	593	547	497	590	0,97	466	0,94
Actividades de edición e impresión	278	217	169	195	0,33	140	0,28
Fabricación de productos de la refinería del petróleo	3.213	2.101	3.405	5.190	9,04	4.349	8,74
Fabricación de sustancias y productos químicos	2.674	2.482	2.613	3.053	5,36	2.627	5,28
Fabricación de productos de caucho y plástico	772	620	638	751	1,32	607	1,22
Otros productos minerales no metálicos	585	470	415	470	0,82	433	0,87
Fabricación de productos metálicos básicos	2.751	2.798	3.853	4.404	7,73	4.215	8,47
Productos elaborados de metal	469	360	263	278	0,49	269	0,52
Fabricación de maquinaria y equipo	609	554	358	409	0,72	367	0,74
Fabricación de maquinaria de oficina	15	10	8	7	0,01	7	0,01
Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos	477	423	267	318	0,56	290	0,58
Fabricación de equipos de telecomunicaciones	58	73	58	55	0,10	62	0,12
Fabricación de instrumentos médicos	89	104	61	77	0,14	69	0,14
Fabricación de vehículos	539	250	346	416	0,73	470	0,95
Fabricación de otros tipos de transporte	221	138	245	545	0,96	453	0,93
Fabricación de muebles; industrias manufactureras	464	310	329	375	0,66	296	0,60
Reciclable	34	20	50	61	0,11	34	0,07
Demás Sectores **	55	115	80	154	0,27	100	0,20

Fuente : DIAN- DANE Cálculos DANE

\*\* Incluye las subpartidas arancelarias no correlacionadas





#### 2.2.1.1.4. Auditoria de la Competencia.

Al asemejar la competencia permitirá a la empresa tomar decisiones afirmativas y diseñar estrategias adecuadas para mejorar la oferta del producto a exportar.

Dentro del estudio se determinó la competencia principalmente en:

**Gráfico No. 1: Auditoria de la Competencia**



Entre las principales empresas Colombianas importadoras de Arroz se mencionan las siguientes:

**Tabla No. 12: Empresas Colombianas importadoras de arroz**

<p><b>CENTRAL DE ARROZ</b> Distribuidora al por mayor y al deta Distribuidora al por mayor y al detal (057) (317) 429-6958 Colombia</p>	<p><b>ARROZ DIANA</b> Importadores de Arroz <b>Teléfono:</b> (+57 #) Fax ID 560907 <b>Dirección:</b> Cr 13 93 B51</p>	<p><b>MOLINO FLORHUILA S A</b> Exportador de Arroz, Harina de Arroz BogotaColombia Tel: 2618600 - 8923</p>
---	---	--





Elaborado por: Autores de Tesis.

En el cuadro se detallan las Empresas enfocadas a la venta interna de Arroz, nos damos cuenta que están en Quito, Guayas y Los Rios, Manabí.

#### **2.2.1.1.5 Factores Políticos y Legales Colombia.**

La cultura política se caracteriza fuertemente personalizada. Esto es consecuencia de las relaciones clientelares que tradicionalmente se han llevado a cabo en el ámbito político y que dependen de la subordinación y lealtad de las clases bajas.

Tradicionalmente se entiende que existe un fuerte afiliación partidista, y un profundo sentimiento de identificación que la familia transmite a pesar de la débil penetración de los partidos políticos tradicionales en la sociedad civil. De hecho, desde 1933 hasta 1990, el 88% de los municipios colombianos han mantenido su lealtad hacia alguno de los dos partidos tradicionales<sup>13</sup>.

#### **Política Exterior:**

Se ha caracterizado por el radicalismo político que ha desencadenado numerosos conflictos armados internos, guerras civiles que incluso conllevaron a la separación de Panamá. Durante principios del siglo XX, luego del final de la Guerra de los Mil días, los ideales comunistas tomaron fuerza y se radicaron en el ala radical del Partido Liberal y también conllevó a la creación del Partido Comunista Colombiano y otros partidos. Sin embargo, este y los demás partidos de izquierda siempre fueron minoritarios. Más recientemente, la socialdemocracia logra verse como una segunda opción de poder con el Polo Democrático Alternativo y surge el uribismo en la derecha, principalmente con el Centro democrático que se ha convertido en uno de los partidos más grandes del país<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> <http://www.solidaritat.ub.edu/observatori/esp/colombia/datos/sistema1.htm>

<sup>14</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica\\_de\\_Colombia](http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_Colombia)



### 2.2.1.1.6 Tecnología Imperante.

En el proceso de investigación se pudo encontrar los siguientes aspectos tecnológicos de Colombia.

- La tecnología Colombiana no es tan costosa en comparación a la de los otros países latinoamericanos.
- Posee una amplia Evolución Teleinformática como: computadoras portátiles, laboratorio virtual, libros electrónicos, mauses para zurdos, impresora de bolsillo, etc.
- Creó un Sistemas Biométricos.-Entre ellos se puede destacar los sensores de huellas dactilar.
- Software de Casas Inteligentes.-Se puede administrar la rutina que realiza una persona dentro de su casa.
- Banco de tejido, Software libre.

EL objetivo de los Colombianos es lograr un desarrollo entre todas sus regiones y generar tecnología 100% Colombiana , de esta manera competir con países desarrollados como como China USA. Entre otros<sup>15</sup>.

### 2.2.1.3. Microambiente Externo.

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina, después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Perú y Chile, ha presentado un robusto y continuado crecimiento en los últimos años, cultivando varios logros, como no haber entrado en recesión durante la crisis económica global de 2009, a pesar de no tener moneda propia. A partir de 2007



se dio un cambio de timón en la política económica, pagando toda la deuda con el FMI y alejándose de sus imposiciones, que limitaban el gasto público en el país. La economía ecuatoriana se ha sustentado en la agricultura, la minería y la pesca. Desde los años setenta la industria petrolera ocupó un papel vital en el desarrollo del país, pero

<sup>15</sup> [http://www.solutekcolombia.com/tecnologia\\_colombia.htm](http://www.solutekcolombia.com/tecnologia_colombia.htm)



a partir de este siglo, las exportaciones de productos agrícolas son el verdadero motor de crecimiento económico del país.

Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones, y ser miembro asociado de Mercosur. También es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), y otros organismos multilaterales. En noviembre de 2007, Ecuador se convirtió nuevamente en miembro pleno de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), de la cual se había ausentado por 14 años.<sup>16</sup>

**Tabla No. 14: Información general del Ecuador**

<b>CAPITAL:</b>	Quito
<b>POBLACIÓN:</b>	15,49 millones (2012) Banco Mundial
<b>BANDERA</b>	
<b>IDIOMA</b>	Español
<b>SUPERFICIE</b>	256.000 km <sup>2</sup>
<b>MONEDA</b>	Dólar estadounidense
<b>PRESIDENTE:</b>	Rafael Correa
<b>CIUDAD MÁS POBLADA:</b>	Santiago de Guayaquil
<b>PIB NOMINAL:</b>	Puesto 60
<b>PIB PERCÁPITA</b>	\$8278

Elaborado por: Lo Autores de la Tesis

Fuente: Wikipedia.com

<sup>16</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Ecuador)



**Tabla No. 15: Indicadores Economía del Ecuador**

<b>INDICADORES DE LA ECONOMÍA DEL ECUADOR</b>	
Moneda	Dólar estadounidense
PIB	US\$ 84.04 mil millones (2012)
Crecimiento del PIB	5.1 % (2012)
PIB percapita	8721.49
Inflación	5.1 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores de la tesis

## 2.2.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

### 2.2.2.1 Antecedentes Generales y Evolucion del Arroz en el Ecuador

En la actualidad el arroz se ha convertido en un sustento universal, este cereal es la base de la dieta de medio mundo. Es muy económico, muy energético y digerible, bajo en grasas y rico en almidón. Según la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura (FAO), la producción de arroz en el Ecuador ocupa el puesto N° 26 a nivel mundial (2010), además de considerarnos uno de los países más consumidores de arroz dentro la Comunidad Andina.



En el 2010, el consumo de arroz en Ecuador, fue de 48kg por persona. La gramínea se encuentra entre los principales productos de cultivos transitorios, por ocupar más de la tercera parte de la superficie en sus cultivos.

Datos (2000-2009) de las exportaciones de arroz elaborado indican, que, en el año 2009 las exportaciones fueron de 5'022.000 toneladas, y el año de mayor exportación fue el 2006 con 61'164.000 toneladas. Las importaciones de arroz elaborados para el 2009 fueron de 105.000 toneladas, y para el 2001 de 536.000 toneladas, siendo este último el más representativo.



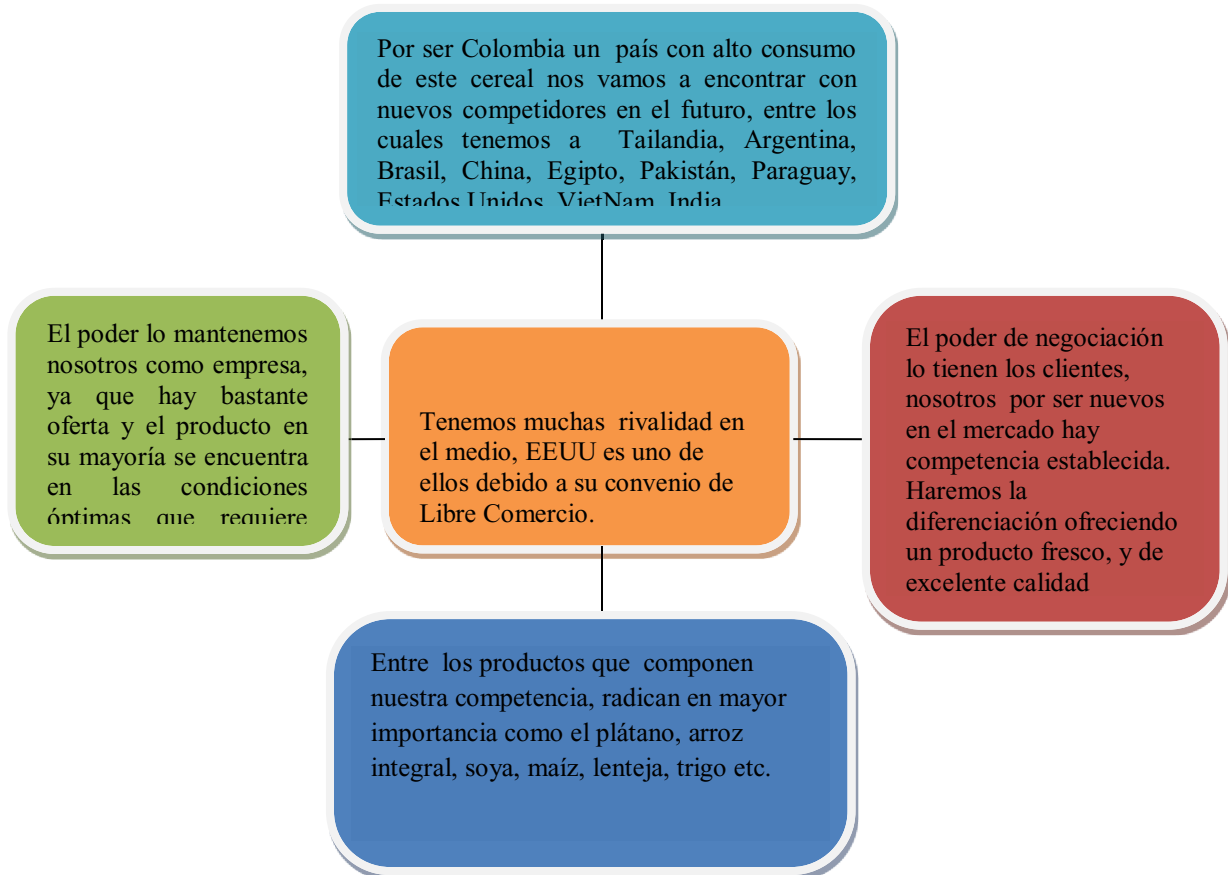
## Producción en el 2012

Según informe del MAGAP, en la campaña agrícola 2012 se sembraron alrededor de 412.496 has, de las cuales por ataques de plagas como sogata, hoja blanca, hidrellia y caracoles, se perdieron 36.697 has, equivalentes al 7% de la superficie total plantada. La cosecha fue de 381.767 has de las cuales el 57% se cosechó en el ciclo de invierno y el 43% en el verano.

La producción de arroz pilado en invierno y verano del 2012 fue de 728.290 TM, volumen superior del 11% al producido en la cosecha del 2011 que fue de 657.500 TM.<sup>17</sup>”

### 2.2.2.2. Análisis Estructural del Sector Industrial, 5 fuerzas Porter.

**Gráfico No. 2: 5 Fuerzas de Porter**



<sup>17</sup><http://www.revistaelagro.com/2013/07/23/produccion-precios-y-exportacion-de-arroz-ecuatoriano/>



### 2.2.2.3. Identificación y Caracterización de la Competencia.

Analizaremos la competencia en base a la oferta que ofrecen empresas que cuentan con Arroz Pilado.

#### COMPETIDORES DIRECTOS.

Gráfico No. 3: Exportadores de Arroz



Elaborado por: Autores de la Tesis.

#### COMPETIDORES INDIRECTOS.

Se estiman como competidores indirectos a las empresas que ofrecen diferentes clases de arroz, las cuales pueden ser consideradas por nuestros demandantes como productos sustitutos entre los cuáles se puede mencionar arroz integral, arroz chino, etc.

Gráfico No. 4: Competidores Directos







#### 2.2.2.4. Dimensiones de la Oferta Actual y Potencial.

Los datos obtenidos por la Federación de Arroceros de Colombia (fedearroz) podemos determinar la oferta actual o también llamada consumo nacional aparente (cna) que no es otra cosa mas que la suma de la producción nacional de arroz, más las importaciones y restando las exportaciones de un período determinado como lo demuestra el siguiente cuadro:

**Tabla No. 16: Oferta Actual**

Arroz	2007	2008	2009	2010	2011
Volumen Exportaciones (Ton)	295,57	1.479,76	63,64	155,86	200,94
Volumen Importaciones (Ton)	135.256,60	29.537,00	96.564,00	6.297,00	33.756,00
Producción Nacional (Tn)	2.159.862,00	2.379.848,00	2.154.671,00	2.099.195,00	1.885.745,00
Consumo Nacional Aparente	<b>2.294.823,03</b>	<b>2.407.905,24</b>	<b>2.251.171,36</b>	<b>2.105.336,14</b>	<b>1.919.300,06</b>

Obteniendo esta información, podemos determinar la oferta potencial aplicando la ecuación de regresión lineal, la misma que es  $y = a + bx$ .

**Tabla No. 17: Análisis de la Oferta Potencial**

AÑOS	X	CNA (Y)	X.Y	X <sup>2</sup>
2007	-2	2.294.823,03	-4589646,06	4
2008	-1	2.407.905,24	-2407905,24	1
2009	0	2.251.171,36	0	0
2010	1	2.105.336,14	2105336,14	1
2011	2	1.919.300,06	3838600,12	4
<b>TOTAL</b>		<b>10.978.535,83</b>	<b>-1053615,04</b>	<b>10</b>

$$Y = a + Bx$$

**a = el promedio del CNA**

$a = \text{Sumat de } Y / n \text{ datos}$

**b= la variación anual**

$b = \text{sumat } X.Y / X^2$

$$a = 2195707,17$$

$$b = -105361,50$$

$$Y = 2875075,09 + 173848,05X$$



Así los resultados que obtenemos para la oferta potencial es de:

**Tabla No. 18: Oferta Potencial**

AÑOS	CNA Potencial
2012	1.879.622,65
2013	1.774.261,15
2014	1.668.899,65
2015	1.563.538,14
2016	1.458.176,64
2017	1.352.815,13

### **Análisis de la Oferta arroz en el Ecuador.**

En el 2010, el consumo de arroz en Ecuador, fue de 48kg por persona. El cereal ocupa más de la tercera parte de la superficie en sus cultivos.

En el 2011, la venta del arroz disminuyó, debido a la pérdida de cosechas por el factor climático, el precio del quintal para las provincias no fue el mismo: En Guayas se comercializó a \$31 (precio oficial); en Manabí \$28 ; y, en Los Ríos \$29.

Datos (2000-2009) de las exportaciones de arroz elaborado indican, que en el año 2009 las exportaciones fueron de 5'022.000 toneladas, y el año de mayor exportación fue el 2006 con 61'164.000 toneladas. Las importaciones de arroz elaborados para el 2009 fueron de 105.000 toneladas, y para el 2001 de 536.000 toneladas, siendo este último el más representativo.

En el 2012 se sembraron alrededor de 412.496 has, de las cuales por las plagas se perdieron 36.697 has, equivalentes al 7% de la superficie total plantada. La cosecha fue de 381.767 has de las cuales el 57% se cosechó en el ciclo de invierno y el 43% en el verano.

La producción de arroz pilado en invierno y verano del 2012 fue de 728.290 TM, volumen superior del 11% al producido en la cosecha del 2011 que fue de 657.500 TM<sup>18</sup>.

<sup>18</sup><http://www.revistaelagro.com/2013/07/23/produccion-precios-y-exportacion-de-arroz-ecuadoriano/>



**Gráfico No. 5: Producción de Arroz en el Ecuador**



**2.2.2.5 Dimensionamiento de la demanda actual y potencial.**

Según la población que tiene Colombia, se conoce que su consumo per cápita es de 42.5 kg anuales, y tomando en cuenta que el IDH es de 0.71%, entonces podemos determinar que la demanda actual y potencial será de la siguiente manera.

**Tabla No. 19: Demanda Actual y Potencial**

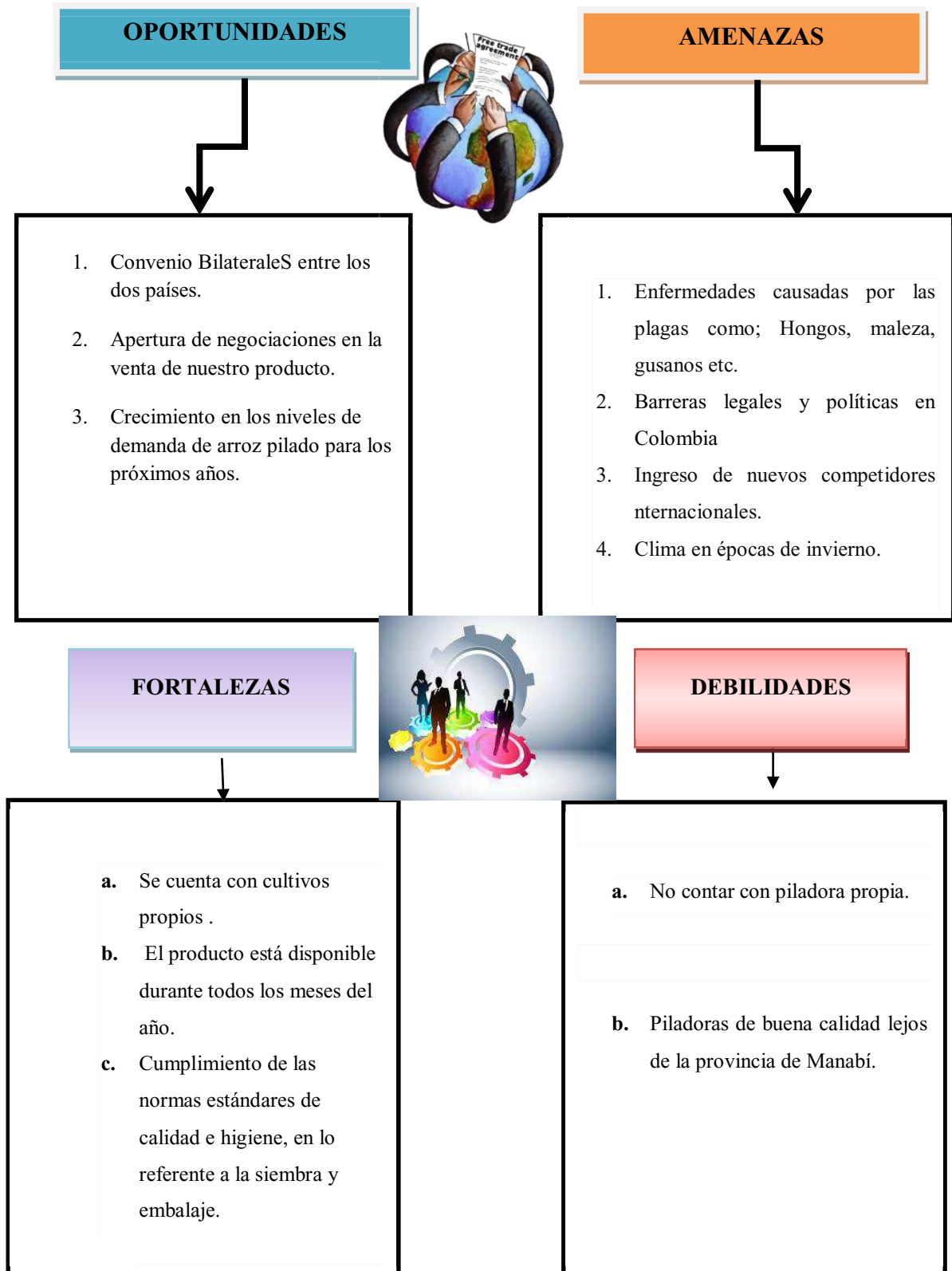
AÑO	Población	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Total (Kg)	Consumop Total (Tn)
2013	46.581.823	42,5	1.979.727.477,50	1.979.727,48
2014	46.912.554	42,5	1.993.783.542,59	1.993.783,54
2015	47.245.633	42,5	2.007.939.405,74	2.007.939,41
2016	47.581.077	42,5	2.022.195.775,52	2.022.195,78
2017	47.918.903	42,5	2.036.553.365,53	2.036.553,37

**2.2.3. ANÁLISIS FODA**

El Análisis FODA es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.



Gráfico No. 6: Análisis FODA





## **2.3 Planteamiento Estratégico.**

### **2.3.1. Visión y Misión.**

#### **2.3.1.1. Visión**

Al 2019 llegar a ser una empresa segura, confiable, sólida y en crecimiento continuo para convertirnos en una de los mejores exportadores Arroz Pilado del país, por medio de la evolución a nivel tecnológico de los sistemas de cultivo y distribución.

#### **2.3.1.2. Misión**

Proporcionar una excelente calidad de Arroz Pilado, logrando el crecimiento sostenible de la empresa brindando los precios justos para nuestros clientes que nos permitan mantener en el mercado.

### **2.3.2Objetivos Estratégicos**

- Definir nuevas tecnologías en los procesos de comercialización.
- Disponer de suficientes volúmenes de Arroz para exportar a Colombia.
- Analizar el mercado competitivo de Colombia
- Tecnología de conocimiento al recurso humano.
- Obtener la mejor relación precio-calidad de nuestros productos.

#### **2.3.2.1.Financieros:Volumen, Estabilidad Rentabilidad.**

La producción de arroz aproximadamente en el Ecuador del 2012 fué de 381.787 de un cultivo de 412.496 has, según el estudio realizado en el mercado se ha mostrado un amplio rango de aceptación del arroz, a la vez se establece que la rentabilidad del proyecto se determinará en el análisis financiero a realizar.



### 2.3.3. Estrategias.

Nuestras estrategias de mercado se basa en:

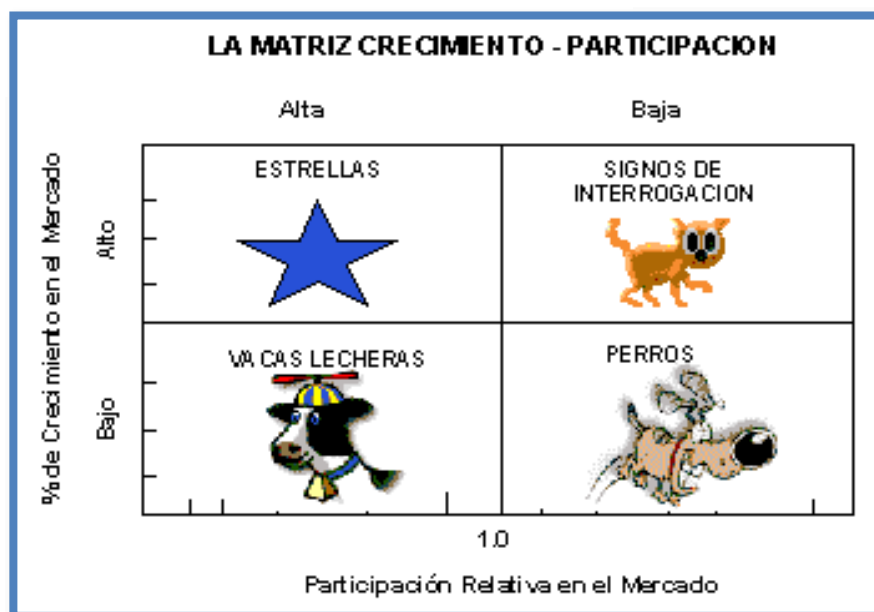
- Obtener producción de arroz pilado durante todo el año.
- Brindar un buen precio, en función de la necesidad específica de nuestros cliente.
- Manifiestar los mejores tiempos de entrega de los pedidos requeridos.
- Sugerencia respecto a proveedores internacionales, ajustados a la necesidad del cliente.
- Empaquetar adecuadamente el arroz al ser exportada.
- Asistir en ferias internacionales.

#### 2.3.3.1. Cartera de Productos.

CAMVILE. ofrece a sus clientes en el exterior Arroz Pilado en Sacos de Yute de 50 lbs.

2.3.3.1.1. Matriz BCG: estrellas, vacas lecheras, dilemas (interrogantes), pesos muertos (Huesos).

Gráfico No. 7: Matriz BCG





## Empresa

**Producto Dilema:** Por su ubicación en el cuadrante el producto tiene ventas en ascenso, debido a su gran consumo en el país meta. Exige mucha inversión, gasto de comercialización y formación.

Por su consumo irá creciendo para convertirse en estrella y lograr que la cuota en el mercado sea consolidada, lo cual generará entrada de beneficios.

### 2.3.3.2. Estrategias Genéricas de desarrollo: liderazgo en costo, diferenciación, enfoque o segmentación en costo .

El principal objetivo competitivo de nuestra empresa es ser líderes en precios, según lo demuestra la eficiencia elevada, los gastos generales bajos, las prestaciones limitadas y los amplios elementos de control, por lo tanto, la estrategia genérica es enfoque por costos.



### 2.3.3.3. Estrategia de crecimiento.

Para introducir nuestro producto en el mercado colombiano, debemos diferenciarnos de las demás empresas competidoras de Arroz Pilado existente en Colombia, ya que se busca a través de ella aumentar la venta del producto por su precio y calidad.

		PRODUCTOS	
		EXISTE	NUEVO
M E R C A D O	EXISTE	Penetración de Mercado	Desarrollo de Producto
	NUEVO	Desarrollo de Mercado	Diversificación

### 2.3.3.4. Estrategias Competitivas: líder, retador, seguidor, especialista (nichos de mercado).

**Estrategia Seguidor:** Nuestro objetivo es seguir al líder, entendemos que si les atacamos buscaríamos perjudicarlos más que beneficiarlos.





Buscaremos una pacífica coexistencia en el mercado.

#### 2.1.1.1. Valores finales.

Camvile determinó como sus valores finales los siguientes:

- **Puntualidad:** Es una parte vital dentro de la realización de cualquier tipo de negocio, por tanto la puntualidad para entregar pedidos o cumplir con cada uno de los compromisos adquiridos dentro de una negociación será la carta de confianza que adquiera la empresa con cada uno de sus clientes.
- **Respeto:** En las relaciones interpersonales, comienza en el individuo, en el reconocimiento del mismo como entidad única que necesita comprender al otro; consiste en saber valorar los intereses y necesidades de los otros individuos en los diferentes ámbitos en los que se desenvuelve.
- **Aseguramiento de la calidad:** Este principio se aplicará, desde la planeación, organización, dirección y control, la calidad en un sistema de producción con el objetivo de dar al cliente productos con la calidad adecuada capaz de cumplir con las exigencias de los mercados internacionales.
- **Sostenibilidad del medio ambiente:** Mediante la prevención de los posibles daños al medio ambiente interactuando de manera benéfica con las comunidades de nuestro entorno.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** La empresa asumirá en cada uno de sus procesos los principios de responsabilidad social empresarial, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico sostenible, por medio de la colaboración con sus empleados, la comunidad local y la sociedad en general, a fin de mejorar la calidad de vida.

#### 2.3.4.2. Valores Operacionales.

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





- **Innovación:** Es una herramienta importante dentro de una organización puesto que la economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa.
- **Compromiso de servicio:** La organización sólo puede lograr la orientación al cliente mediante una cultura de servicio, en la que se comprometan a la satisfacción del cliente de manera conjunta con cada miembro de la organización a fin de acrecentar el desarrollo de la misma
- **Liderazgo empresarial:** Se basa en saber dirigir la propia empresa a fin de encaminarla al desarrollo por medio de la toma correcta de decisiones y la correcta determinación de las oportunidades con las que se cuenta.
- **Trabajo en equipo:** Genera entusiasmo para que el resultado sea satisfactorio en las tareas encomendadas. Las empresas que fomentan entre los trabajadores un ambiente de armonía obtienen resultados beneficiosos: la empresa gana en efectividad y eficiencia y los trabajadores en sus relaciones sociales.
- **Ética:** Todos esperamos y necesitamos confiar en que estamos frente a alguien que opera éticamente su empresa, con transparencia, sinceridad, y compromiso.
- **Calidad:** El aseguramiento de la calidad en cada uno de los procesos de la organización generará un margen significativo de confianza y preferencia de nuestra marca, no sólo con nuestros clientes potenciales, sino que garantizará un margen significativo de reconocimiento en relación a las empresas de nuestra competencia.



## CAPÍTULO 3 PLAN COMERCIAL

### 3.1. Objetivos del Capítulo


Implementar estrategias de marketing innovadoras, que involucren opciones de empaque, modo de distribución y de comercialización diferenciada.

### 3.2. Análisis del Mercado de Referencia.

**Figura No. 2: Mapa de Colombia**



**Tabla No. 20: Información General Bogotá**

BOGOTÁ	BOGOTÁ D.F
<b>POBLACION</b>	6.776.009 hab.
<b>BANDERA</b>	
<b>IDIOMA</b>	Español
<b>MONEDA</b>	Peso Colombiano
<b>SUPERFICIE</b>	1.587 km <sup>2</sup>
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO:</b>	140,9 millones USD (dic. de 2012)
<b>PBI PER CÁPITA</b>	15.891,00 USD (dic. de 2012)
<b>TIEMPO:</b>	18°C, viento del O a 13 km/h, humedad del 64%
<b>DENSIDAD</b>	4.321 hab./km

Elaborado por: Lo Autores de la Tesis

Fuente: [www.proecuador.com](http://www.proecuador.com)



### 3.2.1. Tipo y estructura de mercado.

En Bogotá existen dos grandes riquezas importantes el suelo y los habitantes. Las personas de esta ciudad están frente a la innovación y tecnología, ya que no se logra conjugar de manera adecuada la regulación del mercado en los últimos años.

Bogotá Colombia ha crecido cualitativamente en lo que respecta a la economía del país, en su capacidad tributaria, cultura y política, ha crecido en el mejoramiento de los indicadores sociales básicos, gracias a estos logros se ha llegado a dar un salto cualitativo que consiste en aprovechar las potencialidades del suelo.

Tradicionalmente se pensaba que Bogotá no era un espacio apto para desarrollar el turismo; no obstante, en los últimos años esta actividad se ha venido posicionando y ganando en importancia a través del desarrollo del turismo de negocios, empresarial y de servicios de salud.

En un futuro cercano, la ciudad de Bogotá será el desarrollo de la industria y de la tecnología obteniéndose de la investigación e innovación y el talento humano de alta calidad, que conlleve al servicio productivo, social y ambiental y así podremos conectar con el país y el mundo.<sup>19</sup>.

### 3.2.2 Análisis de Identificación de segmentos de mercado objetivos.

Obtenidos los datos de los consumidores de arroz en donde un colombiano come un promedio 42,5 kilogramos de arroz al año, eso equivale a 93,5 libras por habitante, podemos diferenciar los segmentos de mercado obteniendo así una mayor demanda y consumo de nuestro producto.

Una vez analizado nuestro mercado potencial concluimos que se tendrá una mayor acogida en los siguientes segmentos de mercado:

---

<sup>19</sup> <http://www.razonpublica.com/index.php/regiones-temas-31/277-bogotsus-avances-y-sus-tres-grandes-problemas-.pdf>

### Consumidores de arroz en la población de Bogotá:

Nuestra demanda potencial será la población de Bogotá que consume arroz, la población asciende a 7.776.845 millones de habitantes.

**Clase Media y Media Alta y baja:** Todas las personas que tengan poder adquisitivo que les permita acceder a la compra del arroz.

**Edad:** El arroz lo puede consumir cualquier persona sin distinción de edad, por tanto está enfocado a todos los consumidores, desde niños de primer año hasta los adultos. El mercado consumidor se constituye por individuos de ambos sexos, diferentes grupos sociales y con diferentes tipos de ingreso<sup>20</sup>.

### 3.2.3 .Identificación y análisis de la competencia directa.

**Tabla No. 21: Consumo de Arroz en Colombia**

<b>Consumo de Arroz en Colombia</b>			
<b>Desde 2000 hasta 2013</b>			
<b>Kg.</b>			
<b>Año</b>	<b>Consumo Percapita Urbano</b>	<b>Consumo Percapita Rural</b>	<b>Consumo Percapita Total</b>
2000	38.00	44.00	40.00
2001	37.00	39.50	38.00
2002	40.25	45.25	41.50
2003	38.75	42.75	40.00
2004	38.25	45.25	40.25
2005	38.25	42.00	39.25
2006	38.00	44.00	39.00
2007	38.00	44.00	39.00
2008	38.00	46.00	40.00
2009	38.50	48.50	41.00
2010	36.33	48.00	39.00
2011	37.00	48.50	40.00
2012	39.33	50.68	41.60
2013	41.33	55.68	45.65

Elaboracion: Los autores de la tesis.

<sup>20</sup>Fedearroz



**Tabla No. 22: Importadores de Arroz Colombia**

<p><b>CENTRAL DE ARROZ</b> Distribuidora al por mayor y al deta Distribuidora al por mayor y al detal (057) (317) 429-6958 Colombia</p>	<p><b>ARROZ DIANA</b> Importadores de Arroz <b>Teléfono:</b> (+57 #) Fax ID 560907 <b>Dirección:</b> Cr 13 93 B51</p>	<p><b>MOLINO FLORHUILA S A</b> Exportador de Arroz, Harina de Arroz BogotaColombia Tel: 2618600 - 8923</p>
<p><b>ARROCERA AGUA CLARA S.A.</b> Exportador de Arroz, Harian de Arroz 57 7 5792086 Colombia</p>	<p><b>INPROARROZ S.A.</b> Km 15 viaPtoLopez. Colombia 57 083213462266</p>	

Elaboracion: Los autores de la tesis.

### 3.2.4. Factores críticos de Éxito y ventajas competitivas a desarrollar.

En cuanto a las ventajas competitivas a desarrollar tenemos:

1. Establecer alianzas estratégicas con cadenas de supermercados o empresas que se dediquen a la producción y comercialización de productos agrícolas.
2. La búsqueda de crédito en el exterior.
3. Explotar las condiciones de clima, suelo y calidad del arroz, zonificando los cultivos para garantizar una explotación más racional de los recursos naturales.

### 3.2.5 Demanda insatisfecha del mercado de referencia.

Conociendo la oferta y la demanda actual y potencia del arroz en Colombia, se determina que la demanda insatisfecha es la siguiente:

**Tabla No. 23: Demanda Insatisfecha**

AÑO	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2014	1.668.899,65	1.993.783,54	-324.883,90
2015	1.563.538,14	2.007.939,41	-444.401,26
2016	1.458.176,64	2.022.195,78	-564.019,14



### 3.2.6. Demanda que atenderá el proyecto.

Estableciendo la capacidad de producción del proyecto y la cantidad de envío de arroz a Colombia, se determina que la demanda que atenderá el proyecto es de 0.29%.

**Tabla No. 24: Demanda que atenderá el proyecto**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Produccion Anual</b>	<b>DEMANDA QUE ATENDERA EL PROYECTO</b>
2015	444.401,26	1272,73	0,29%

### 3.3. PLAN COMERCIAL.

**Figura No. 3: Plan Comercial**



Nuestro producto está dirigido al mercado de Bogotá, ya que el arroz es un cereal muy conocido por grandes y pequeños, conociéndose así por su valor nutricional.

**Tabla No. 25: Mercado Objetivo**

<b>Mercado Objetivo</b>	<b>Bogotá</b>
<i>Población consumo</i>	<i>Colombianos</i>
	<i>Niños, Adultos</i>

#### **Volumen de Ventas**

Con las estadísticas y datos demográficos de la muestra de nuestro producto, procedemos a definir el volumen de nuestras ventas.



**Tabla No. 26: Volumen de ventas**

TIEMPO	Quintales	Presentacion
MENSUAL	2000	Sacos 50 kilos

Elaborado por: autores de tesis

### **3.3.2. MIX DE MARKETING.**

#### **3.3.2.1. Auditoria y Estrategia de Producto.**

El producto a comercializar hacia el mercado de Bogotá es el arroz pilado, un grano de 9 centímetros de dimensión en sacos de yute biodegradables de 50 kilos.

##### **3.3.2.1.1. Adaptación o modificación Requerida.**

En función de las preferencias del consumidor en Colombia, para cada mercado objetivo en la ciudad de Bogotá hemos analizado que nuestro producto no tiene modificación.

##### **3.3.2.1.2 Atributos Y Beneficios Del Producto.**

###### **Historia.**

La producción de arroz se inició en nuestro país en el siglo XVIII, pero se fortaleció su consumo y comercialización en el siglo XIX, este cultivo se desarrolló en un principio en las provincias del Guayas, Manabí, y Esmeraldas, con el tiempo este logró extenderse y comercializarse en la región Sierra. Su implementación de piladoras fue en el año (1895) se asentó en Daule, Naranjito y Milagro (Guayas). En términos de comercio internacional, nuestro primer país destino de exportación fue Colombia, y por el lado de las importaciones, en un principio, el consumo de arroz lo demandábamos de Perú.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup><http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/10/la-produccion-de-arroz-en-el-ecuador.html>



## Origen del Arroz.

El cultivo del arroz comenzó hace casi 10.000 años, en muchas regiones húmedas de Asia tropical y subtropical. Posiblemente sea la India el país donde se cultivó por primera vez el arroz debido a que en ella abundaban los arroces silvestres. Pero el desarrollo del cultivo tuvo lugar en China, desde sus tierras bajas a sus tierras altas. Probablemente hubo varias rutas por las cuales se introdujeron los arroces de Asia a otras partes del mundo<sup>22</sup>.



## Variedades de Arroz.

Las distintas clases de arroz puede ser de grano largo y fino, glutinoso, integral, tailandés ó Basmati, existen más de 2000 variedades de arroz en el mundo, a pesar de que las que se cultivan son muchas tenemos arroz redondo, arroz patna, arroz integral, arroz silvestre, etc.



- **Arroz redondo.**
- **Arroz patna.**
- **Arroz integral.**
- **Arroz silvestre<sup>23</sup>.**

## Clima.

Un cultivo tropical y subtropical, aunque la mayor producción a nivel mundial se concentra en los climas húmedos tropicales, pero también se puede cultivar en las regiones húmedas de los subtropicos y en climas templados. El cultivo se extiende desde los 49-50° de latitud norte a los 35° de latitud sur.<sup>24</sup>

<sup>22</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz.htm>

<sup>23</sup><http://novarroz.pt/e/mundo-do-arroz/arroz-no-mundo/tipos-e-variedades-de-arroz>

<sup>24</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>





## Suelo.

Se suele cultivar en suelos de textura fina y media, propias del proceso de sedimentación en las amplias llanuras inundadas y deltas de los ríos. Los suelos de textura fina dificultan las labores, pero son más fértiles al tener mayor contenido de arcilla, materia orgánica y suministrar más nutrientes. Por tanto la textura del suelo juega un papel importante en el manejo del riego y de los fertilizantes.<sup>25</sup>

## Preparación del Terreno.

El laboreo de los suelos arroceros de tierras húmedas o de tierras en seco depende de la técnica de establecimiento del cultivo, de la humedad y de los recursos mecanizados. En los países de Asia



tropical el laboreo de tierras húmedas es un procedimiento habitual. El método tradicional de labranza para el arroz de tierras bajas es el arado y la cementación, siendo este último muy importante, pues permite el fácil trasplante<sup>26</sup>.

## Riego.

El sistema de riego empleado en los arrozales son diversos, desde sistemas estáticos, de recirculación y de recogida de agua. Teniendo en cuenta las ventajas e inconvenientes de cada sistema y de su impacto potencial en la calidad del agua, permitirá a los arroceros elegir el sistema más adecuado a sus operaciones de cultivo.<sup>27</sup>



<sup>25</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>

<sup>26</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>

<sup>27</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>



## Recolección.

Se procede cuando la panícula alcanza su madurez fisiológica (cuando el 95% de los granos tengan el color paja y el resto estén amarillentos) y la humedad del grano sea del 20 al 27%. Se recomienda la recolección mecanizada empleando una cosechadora provista de orugas.



Después del trillado el arroz puede presentar una humedad del 25 al 30%, por lo que debe secarse hasta alcanzar un grado de humedad inferior al 14%.<sup>28</sup>

## Plagas y Enfermedades.

**Figura No. 3: Plagas y Enfermedades**



- 1.-Gusanos rojos y blancos del arroz.
- 2.- Pulgonestaladrador del arroz.
- 3.-Pudenta o chinche del arrozal.
- 4.- Rosquilla.
- 5.-Tijeretas del arrozal.<sup>29</sup>

<sup>28</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>

<sup>29</sup><http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>



### 3.3.2.1.3 Componentes Centrales del Producto.

#### Propiedades del Arroz Pilado

1. El arroz es un cereal bajo en sodio, por lo que es un alimento muy recomendado para personas hipertensas y que tienen problemas cardiovasculares.
2. El arroz tiene mucha fibra insoluble. Esta fibra mejora el estreñimiento y la inflamación intestinal. Además la fibra arrastra en su paso por el intestino los tóxicos, el colesterol y las sales biliares. Estas sustancias tóxicas pueden originar el cáncer de colon, por lo que consumir arroz integral es muy beneficioso para prevenir este tipo de cáncer.
3. Así mismo, el agua de la cocción del arroz tiene propiedades astringentes que van muy bien para cortar los episodios diarreicos.
4. La fibra del arroz también ayuda a prevenir y combatir la obesidad. ya que produce sensación de saciedad. La fibra se hincha en el estómago y da la sensación de tenerlo lleno<sup>30</sup>.

**Tabla No. 27: Valor Nutricional**

Composición del arroz blanco por 100 g de sustancia	
Agua (%)	15.5
Proteínas (g)	6.2
Grasas (g)	0.8
Carbohidratos (g)	76.9
Fibra (g)	0.3
Cenizas (g)	0.6
Calcio (mg)	6
Fósforo (mg)	150
Hierro (mg)	0.4
Sodio (mg)	2
Vitamina B1 (Tiamina) (mg)	0.09
Vitamina B2 (Riboflavina) (mg)	0.03
Niacina (Ácido nicotínico) (mg)	1.4
Calorías	0%

<http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>

<sup>30</sup><http://nutricion.nichese.com/arroz.html>



### 3.3.2.1.4. Componente de Envase.

**Empaque:** El empaque que se utilizará para la distribución y comercialización del producto será el siguiente:

El cereal se empacará en sacos de yute de polietileno biodegradable que mantiene la humedad con un peso de 250 gramos.

**Figura No. 4: Envase**



### 3.3.2.1.5. Componentes de Servicio de Apoyo.

Nuestro producto y componentes de apoyo será la información nutricional del arroz pilado. El arroz es un cereal consumido por personas que realizan un gran esfuerzo físico e intelectual ya que aporta muchas calorías y proteínas como lo muestra la tabla acontinuacion.

**Tabla No. 28: Precios**

	<i>Arroz Blanco</i>	<i>Arroz Integral</i>
<i>Kcal</i>	361,18	345,2
<i>Hidratos</i>	81,6	74,1
<i>Proteínas</i>	6,67	7,25
<i>Grasas</i>	0,9	2,2
<i>Fibra</i>	1,4	2,22
<i>Magnesio</i>	31	110
<i>Niacina</i>	4,87	6,6
<i>Ácido Fólico</i>	20	49
<i>Fósforo</i>	150	310
<i>Potasio</i>	109	238



**Figura No. 5: Logotipo**



**3.3.2.1.6. Estrategia de marca.**

**Definición de Marca e Imagen:** Nuestra marca que utilizaremos en nuestro producto fué en base a nuestros apellidos CAMVILE, con la finalidad de darla a conocer en nuevos mercados.

**3.3.2.2. Auditoria y Estrategia de Precio.**

Los precios del arroz de acuerdo a las investigaciones, son un agravante para la aceptación del arroz en los mercados internacionales.

**Tabla No. 29: Comparación de Precios**

<b>Precios del Arroz en Colombia</b>		<b>Precios del Arroz en el Ecuador</b>	
<b>Paddy Verde (Ton.)</b>	<b>\$ 913,600</b>	<b>Arroz pilado (Ton)</b>	<b>\$ 880.00</b>
<b>Blanco (Ton.)</b>	<b>\$ 1,881,016</b>		

<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/>

Fuente: Fedearroz y Dane.

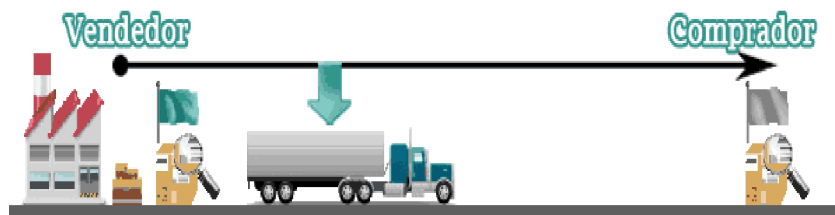




### 3.3.2.2.1 Términos de Venta.

Para exportar nuestro producto utilizaremos el **CPT Carriage paid to transport paid hasta el lugar de destino convenido** “El vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino mencionado. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier gasto adicional debido a acontecimientos que ocurran después del momento en que la mercancía haya sido entregada al transportista, se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía ha sido entregada a la custodia del transportista, habiendo abonado el vendedor el seguro de la mercancía”  
<http://www.areadepymes.com/?tit=cpt-carrier-paid-to-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcah>

Figura No. 6: Términos de Venta INCOTERM



### 3.3.2.2.2 Partida Arancelaria.

Nomenclatura      Buscar:

Nandina     

Tabla No. 30: Partida Arancelaria

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Percible	Autorización para Importar	Autorización para Exportar
1006109000	ARROZ PILADO DESCASCARADO	CAPITULO		NO	Habilitada	Habilitada

[http://www.portal.bce.fin.ec/vto\\_bueno/servlet/fin.bce.comercio.seguridad.ConexionCx?pagDestino=/comercio/consultaNomenclaturaNandina.jsp](http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/servlet/fin.bce.comercio.seguridad.ConexionCx?pagDestino=/comercio/consultaNomenclaturaNandina.jsp)



### 3.3.2.2.3 Comparativo de los precios con la competencia.

**Tabla No. 31: Precios Comparativos por país**

Arroz blanco de grano largo	
Tailandia 100%	Tn\$ 405
EE.UU 4%	Tn \$ 590
India 5%	Tn \$ 435
Uruguay 5%	Tn \$ 630
Argentina 5%	Tn \$ 625

Precios en uss por tonelada. <http://arroz.com/tags/colombia>.

### 3.3.2.2.4. Impacto del tipo de cambio en la fijación del precio.

Las negociaciones entre los países siempre tienen un impacto debido a la desvaluaciones de la moneda. En nuestro país la moneda circulante es el dólar americano, debido a esto la negociación se realizará en dólares.

El arroz será comercializado por libra al consumidor final, con un valor en dólares de \$0.63 centavos y en pesos colombianos resultaría 1.200 pesos.

Tipo de cambio de dólares a pesos:

$$\text{\$ 1} = 1899.32 \text{ pesos}$$

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

El precio de nuestro arroz es de \$40.00 tomando en cuenta los costos fijos y costos variables que nos llevarán al costo final.

- **ARROZ BLANCO PILADO- SACOS DE YUTE - Peso: 50 kl : USD \$40.00**



### 3.3.2.2.6. Costo Total Unitario.

**Tabla No. 32: Costo Total Unitario**

ESPECIFICACION	CANTIDAD	P/U POR KILO	KILO X SACO	PESO NETO	P/ qq	MONTO
Arroz pilado	2000qq	USD\$0,80	50	100LB	\$ 40,00	USD \$80.000

### 3.3.2.2.7. Costos logísticos:

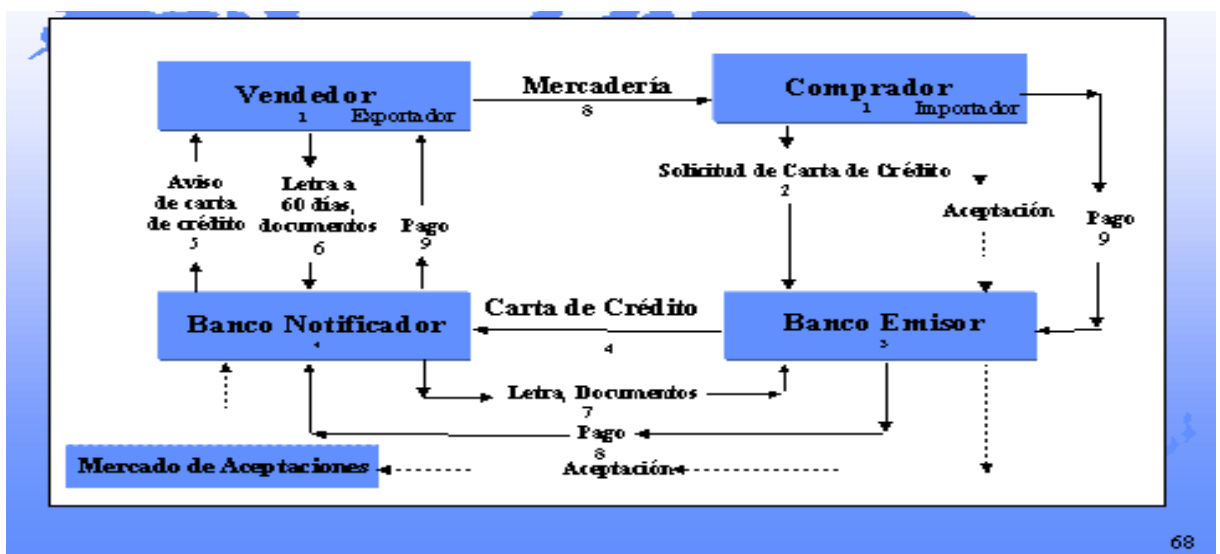
**Tabla No. 33: Costos Logísticos mensuales**

Manipulación de la carga:	100,00
Permisos Sanitario:	<b>35,00</b>
Obligaciones aduaneras:	<b>200,00</b>
Gastos Agilitación:	<b>150,00</b>
Transporte de la carga	<b>1000,00</b>
Otros costos: almacenaje	<b>100,00</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1585,00</b>

### 3.3.2.2.8. Métodos de cobro/pago internacional.

La manera de cobro se la realizará mediante una Carta de Crédito Irrevocable, 60% antes de realizar el embarque y la diferencia una vez entregada la mercadería en su lugar de destino.

**Gráfico No. 8: Carta de Crédito**







### 3.3.2.3. Auditoria y Estrategia de Distribución.

**Gráfico No. 9: Auditoria de Estrategia de Distribución**



Elaborado por: Los autores del proyecto

#### 3.3.2.3.1. Modo de transporte.

Nuestro producto será enviado vía terrestre desde la Piladora localizada en Lomas de Sargentillo “San Jacinto” hasta su lugar de destino Bogotá :

#### Distancias:

Desde Guayaquila a Bogotá :999.19 Km .621 millas



Tiempo de desplazamiento: 15 horas 70km/h).

[http://es.distancias.himmera.com/distancia\\_de-guayaquil\\_a\\_bogota\\_entre\\_mapa\\_carretera-35220.html](http://es.distancias.himmera.com/distancia_de-guayaquil_a_bogota_entre_mapa_carretera-35220.html)

**Ruta:**

- Guayaquil.
- Quito.
- Pasto.
- Bogotá.

<https://www.google.com/search?q=mapa+guayaquil+colombia&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=jX7EU5TrHez>

**Figura No. 7: Ruta**



**3.3.2.3.2. Lugar de origen y destino.**

El producto será enviado desde la piladora San Jacinto con destino a Bogotá Colombia. Cabe recalcar que el tiempo que demora la carga en llegar a la Arrocera Boluga Ltda. ubicada en la ciudad Bogotá es de 15 horas.

**Figura No. 8: Lugar de origen y destino**





### 3.3.2.3.3. Tipos de regulaciones de marcas y etiquetas origen/destino.

Las regulaciones Aduaneras Colombianas establecen condiciones especiales de embalaje, empaque y rotulación para la importación de productos comestibles.

En relación con los productos comestibles, se debe indicar claramente en el rótulo:

- nombre de los productos
- ingredientes
- peso
- identificación de los fabricantes
- numero de licencia Sanitaria oficial.<sup>31</sup>

### 3.3.2.3.4. Tipo de Embalaje Requerido.

El saco de yute que contiene 100lbs (50Kg) es de un material Poliétileno Biodegradable (no afecta la capa del ozono).

Tiene un peso de 250 gramos.

Sus medidas son: De largo 80 cm por 60 cm de ancho.

**Figura No. 9: Embalaje**



<sup>31</sup> Fuente: Proecuador.gov.ec



### 3.3.2.3.5. Tipo y Medio de Transporte.

La compañía de carga pesada VARCAP S.A es una empresa dedicada al transporte de alimentos tanto nacional e internacional, que brinda los servicios de carga del país de origen hasta su destino.

**Figura No. 10: Transporte**



**Tabla No. 34: Medias del camión**

Medias	
Largo	7.5 mts.
Ancho	2.70 mts.
Alto	2.30 mts.
Llantas	24

### 3.3.2.3.6. Documentacion Requerida.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

- Factura comercial original.



- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).<sup>32</sup>

### 3.3.2.3.7. Exigencias De Seguro.

La empresa no cubre con lo que exige el seguro ya que nuestra negociación es bajo el Incomters CPT *Carriagepaidtransporte pagado hasta el lugar de destino convenido* y este nos indica que es responsabilidad del comprador.

### 3.3.2.3.8. Tipos de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios.

**“Resolución 05109 Ministerio de Protección Social”:** Se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y las materias primas de alimento de consumo humano.

fuelle: revista del empaque legis. /Proecuador.gob.ec

**“NORMA NTC 512-1Y 512-2”.-** Recoge las disposiciones de invima sobre etiquetado y rotulación del producto.

fuelle: revista del empaque legis. /Proecuador.gob.ec

#### 1. Certificado Fitosanitario:

“Por cada embarque que el exportador realice, agrocalidad debe hacer una inspección previa del producto para la emisión de un Certificado de Inspección que luego se canjea por el Certificado Fitosanitario en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos”

Fuelle: Repositorio.ute.edu.ec/bitstream

Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” (INHMT).

---

<sup>32</sup> <http://www.aduana.gob.ec/index.action>



## **Certificado De Origen:**

“El certificado de origen preferencial es el documento que acredita que un producto de exportación cumple los criterios de origen, según el destino, para ser considerado originario de un territorio y obtener un trato arancelario preferencial.”

Fuente:Aduana del Ecuador

### **3.3.2.3.9. Proveedores de servicios al comercio exterior requeridos.**

Para la exportación de nuestro producto una vez hecha la negociación acordamos adquirir los servicios de la compañía de transporte Varcap Cia. Ltda. que es una de las compañías nacionales e internacionales de transporte terrestre que colabora con las empresas de ambos países Ecuador-Colombia ya que facilita las operaciones mercantiles según las necesidades de los clientes.

Se realizará la respectiva inspección de Antinarcóticos.

Contaremos con un Servicio de custodia privada de la empresa Ambasec Cia Ltda.

- **Antinarcóticos.**- Del cuerpo o brigada que se dedica a prevenir o evitar el tráfico y consumo de narcóticos.
- **Custodia Privada.**- Revisión particular.<sup>33</sup>

### **3.3.2.4. Auditoria y Estrategia de Promoción.**

#### **3.3.2.4.1. Concepto De Posicionamiento.**

Nuestro producto se posiciona como es un alimento rico en proteínas y muy saludable en el mercado colombiano.

---

<sup>33</sup> <http://es.thefreedictionary.com/antinarc%C3%B3ticos>





### 3.3.2.4.1. Slogan.

Figura No. 11: Slogan

**ARROZ CAMVILE, LO BUENO PARA**

### 3.3.2.4.3. Estrategia de mix de publicidad.

La estrategia de publicidad tiene un objetivo principal:

- Dar a conocer el producto



#### **MIX DE PUBLICIDAD:.**

- Ferias Internacionales para dar a conocer nuestro producto.
- Anuncios en punto de venta.
- Alquiler anual de una valla publicitaria en el centro de Bogotá.

### 3.3.2.4.4. Estrategia de promociones de venta.

Nuestra empresa de “ARROZ PILADO” hará promociones de ventas para que adquieran el producto:



#### **PROMOCIONES:**

- Asistir permanentemente en ferias internacionales.
- Precios competitivos.
- Realizaremos a los compradores descuentos para que sigan adquiriendo el producto y aumentar las ventas en corto plazo.

### 3.3.2.4.5. Estrategia de medios interactivos(internet)

La estrategia que usaremos para nuestras negociaciones será el internet, método más fácil y rápido. [camvile@gmail.com](mailto:camvile@gmail.com)



### 3.3.2.4.6. Participación en ferias comerciales internacionales:

Es un medio de comunicación entre las empresas-expositoras y los clientes potenciales. Las ferias se convierten en un enorme centro comercial de gran repercusión y resonancia pública.

#### ALGUNAS

#### IMPORTANTES

#### INSTITUCIONES

#### FERIALES\*(20) :

International FoodFair 2014 Bogotá Feria de  
alimentos Colombia CORFERIAS  
[www.feriaalimentec.com](http://www.feriaalimentec.com)

Expotransporte 2014 Medellín: Exposición  
Internacional del Transporte de Carga y Afines  
Colombia  
[www.expotransporte.co/](http://www.expotransporte.co/)

FIMA 2014 Bogotá Colombia Feria internacional  
medio ambiente  
[www.feriadelmedioambiente.com/](http://www.feriadelmedioambiente.com/)

Expo industrial Cali 2014 : Feria industrial del  
pacífico Colombia  
[www.expoindustrial.com.co/](http://www.expoindustrial.com.co/)





## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN TÉCNICO-ORGANIZACIONAL.

#### 4.1. Objetivos del Capítulo.

Determinar la viabilidad técnica, cadena de producción, tecnología adecuada y los recursos necesarios para el adecuado abastecimiento del arroz pilado en los procesos logísticos durante la exportación, hasta la distribución del país seleccionado.

#### 4.2. PLAN TÉCNICO.

##### 4.2.1. Capacidad de producción a instalarse.

La capacidad de producción del proyecto está dada por la cantidad de sacos que nuestros proveedores enviarán a la empresa, para este proyecto se ha analizado que receiptaremos 583 sacos de 100 libras cada uno semanalmente, lo que significa que al mes obtendremos 2333 sacos y al año 28000. Se estima que tendremos un porcentaje de desperdicio de 33.3%. Los datos a continuación es de acuerdo a lo antes señalado.

**Tabla No. 35: Capacidad de producción**

<i>Capacidad de producción</i>	
Capacidad Semanal	583
Capacidad Mensual	2333
Capacidad Anual	28000

**Tabla No. 36: Producción Proyectada**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Sacos de 210lbs	20.000,00	20.600,00	21.218,00	21.854,54	22.510,18
libras compradas	4.200.000,00	4.326.000,00	4.455.780,00	4.589.453,40	4.727.137,00
(-) Desperdicio en cáscara (16.67%)	700.000,00	721.000,00	742.630,00	764.908,90	787.856,17
(-) Desperdicio de polvillo (9.52%)	400.000,00	412.000,00	424.360,00	437.090,80	450.203,52
(-) Desperdicio de arrocillo (7.14%)	300.000,00	309.000,00	318.270,00	327.818,10	337.652,64
(=)Total de arroz limpio (lbs)	2.800.000,00	2.884.000,00	2.970.520,00	3.059.635,60	3.151.424,67
(=) Total de sacos de 100 lbs	28.000,00	28.840,00	29.705,20	30.596,36	31.514,25
Envios al año	27500	28500	29500	30500	31500



#### 4.2.2. Plan de producción.

##### 1. Ventajas respecto de otros países productores

- Su ubicación bajo el sol equinoccial, produce un fenómeno ecológico excepcional, por cada 200 metros de altitud sobre el nivel del mar se determina un piso climático diferente zonas de secano es mínimo, sujeto a las lluvias Las corriente del Niño, brinda una rica variedad climática.
- Se encuentra en el centro geográfico del Pacífico, uno de los océanos más importantes del mundo.
- Posee una inmensa biodiversidad
- El Ecuador, posee grandes extensiones de terrenos aptos y con condiciones climáticas favorables para el cultivo del arroz.
- El agua es un recurso que influye decisivamente sobre las condiciones en que se desarrolla el cultivo de arroz.
- Presentan un amplio rango en la distribución de los factores climáticos que varía desde el trópico húmedo hasta el trópico seco, con temperaturas de 20° a 30 °C.<sup>34</sup>

#### 4.2.3. Localización.

Se ha escogido San Pablo de Pueblo Nuevo del Canton Santa Ana, por su cercanía a los cultivos, con la finalidad de evitar daños, donde se dejará la mercadería para su traslado al lugar de destino.



34

[http://www.iniap.gob.ec/~iniapgob/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16:arroz&catid=6:programas](http://www.iniap.gob.ec/~iniapgob/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=16:arroz&catid=6:programas).

[http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=795&Itemid=124](http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=795&Itemid=124)



### **Datos de Interés.**

Se produjo una época de sequía en la Provincia de Manabí; uno de los cantones más afectados fue la población de Junín, provocando la emigración de muchas familias a este rincón manabita, con el propósito de buscar mejores condiciones de vida. Hacen su aparición los señores: Juan José Mendoza, Severo Zambrano, José Benito Ordoñez y María Emperatriz Burgos, tomando posesión de esta extensión de tierra que hoy corresponde a la cabecera parroquial de San Pablo de Pueblo Nuevo. Con el transcurrir del tiempo, fueron llegando más emigrantes de distintas partes del país, forman sus familias y buscan asentamientos en las tierras para dedicarlas a la agricultura, construyen un caserío que más tarde acordaron ponerle el nombre de PUEBLO NUEVO, por el hecho de ser tierras nuevas y vírgenes<sup>35</sup>.

### **Origen del Nombre.**

“Se lo denominó Pueblo Nuevo, por los primeros pobladores (1890) por el hecho de ser tierras nuevas y vírgenes y San Pablo al constituirse Parroquia (1990)”.

<http://www.gadsanpablo.gob.ec/>

### **Ubicación Geográfica**

La Parroquia San Pablo de Pueblo nuevo pertenece al Cantón Santa Ana

#### **4.2.4. Proceso productivo/operacional.**

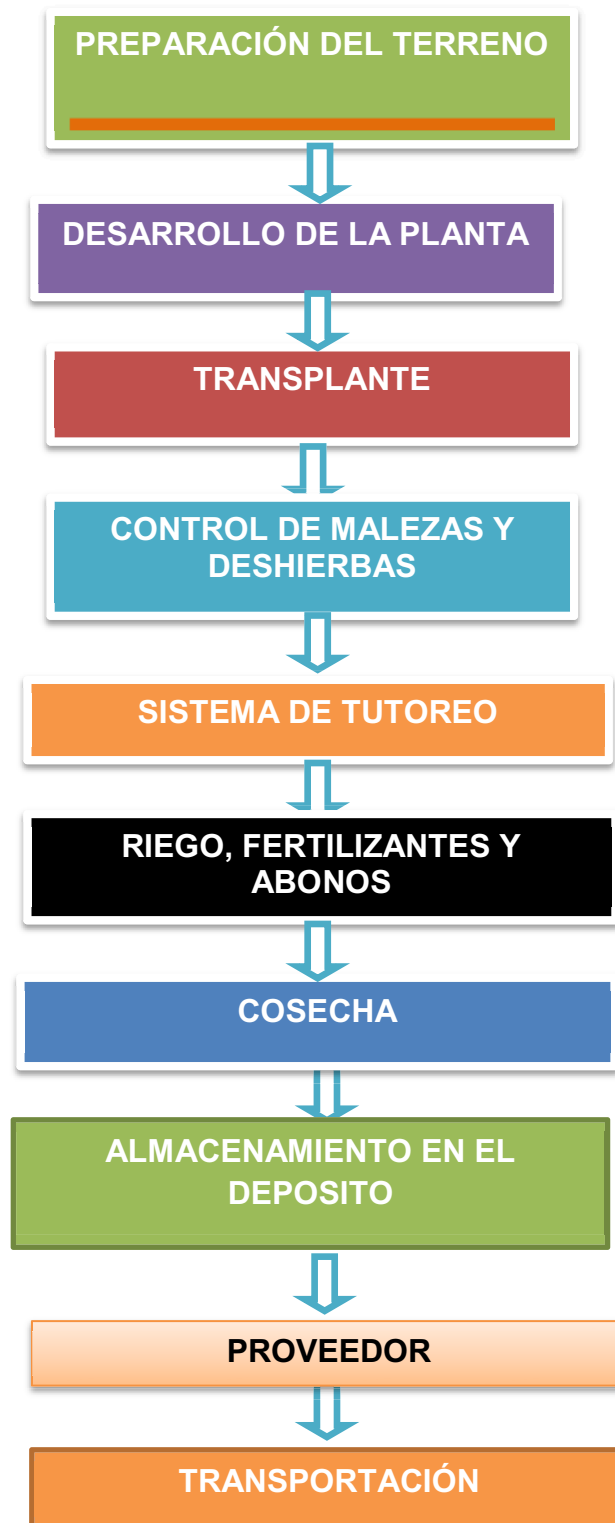
El proceso de producción se inicia con la recolección del cereal en los distintos proveedores, para luego ser trasladado hasta la piladora San Jacinto donde será pilado y empacado hasta el momento de su exportación. Se recalca que la diferencia estará en la empresa CAMVILE.

---

<sup>35</sup> <http://www.gadsanpablo.gob.ec/>



**Gráfico No. 10: Diagrama del flujo por proceso de la producción y exportación de la Arroz**

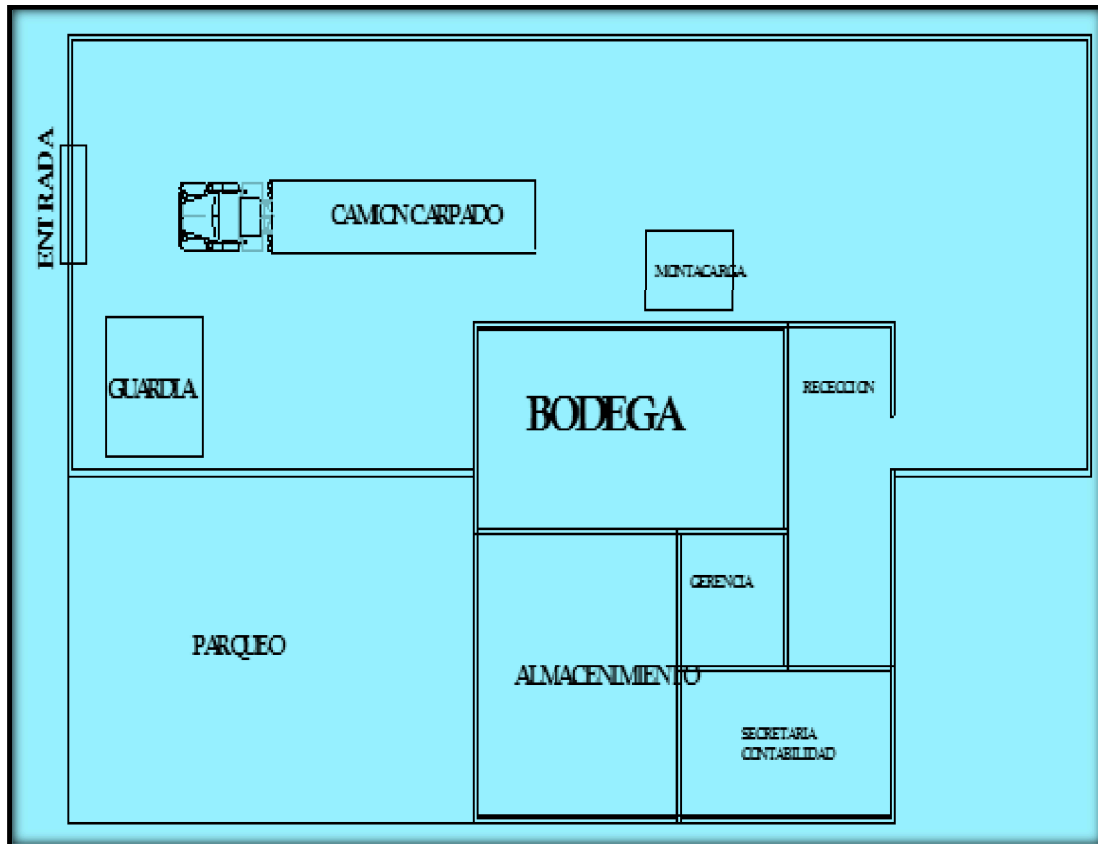


Elaborado por: Los autores de la investigación



#### 4.2.5. Distribución de instalación (layout)

Gráfico No. 11: Distribución LAYOUT



Elaborado por: Los autores de la investigación

#### 4.2.6. Plan de abastecimiento de materias primas.

Nuestros abastecedores nos entregarán el arroz en cáscara, para luego ser trasladado a la piladora “San Jacinto” ,en donde será empacado en los respectivos sacos de yute, para luego ser enviados a la arrocera Boluga Cia Ltda.

Indicamos que por la compra del saco de 210 lbs de arroz en cáscara la empresa va a tener desperdicios como el polvillo y el arrocillo, los mismos que serán ingresos extras para nuestra empresa.

Entre nuestros proveedores de arroz podemos mencionar los siguientes:



## Proveedores de Arroz en Cáscara.

**Tabla No. 37: Proveedores de arroz en cáscara**

Hacienda Ramón Mieles
Yujer Macías.
Hacienda Ela Margarita.
Hacienda Victor Solorzano.

Fuente: Autores de la Tesis.

### **Piladora “San Jacinto”**

Navarrete Luis Michael A.

Representante Legal.

Direc: Avda. El Telégrafo solar # 1.

Lomas de Sargentillo- Ecuador

Telef: 2799175

### **4.2.7. Plan de Abastecimiento de Insumos.**

El saco que compraremos para almacenar nuestro arroz será comprado en Portoviejo:

### **Centro Comercial Dávila.**

Don Freddy Dávila

Gerente General.

Direc: Avda. Universitaria, frente a la UTM.

Telef.0999429781.

### **4.2.8. Plan de Abastecimiento de Mano de Obra.**

La mano de obra de nuestra empresa será personal de la Parroquia de Pueblo Nuevo, 3 obreros serán los encargados de manipular el producto previa a su exportación.



#### 4.2.9. Plan de Abastecimiento de Tecnología de Producción.

En tecnología Camvile realizará la adquisición de un Montacargas para facilitar el traslado del arroz al tráiler.

**Tabla No. 38: Maquinarias y herramientas**

<b>Maquinarias y Herramientas</b>			
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Montacargas manual	3	\$ 299,99	\$ 899,97
<b>Total</b>		<b>\$ 299,99</b>	<b>\$ 899,97</b>

Fuente: Autores de la Tesis.

### 4.3. PLAN ORGANIZACIONAL.

#### 4.3.1. Datos generales de la empresa.

Nuestra empresa que lleva el nombre de CAMVILE S.A se dedica a la exportación del Arroz Pilado, producto 100% Ecuatoriano y de buena calidad, el cual su responsabilidad social es: **CAMVILE S.A.**

Las fases de constitución que siguió CAMVILE S.A autorizada para la exportación de arroz pilado, están detalladas a continuación.

**Gráfico No. 12: Datos generales de la empresa**

<b>Razón Social:</b> CAMVILE S.A.
<b>RUC:</b> 131268866001
<b>Ubicación:</b> San Pablo de PuebloNuevo
<b>Teléfono:</b> 052616293
<b>Página Web:</b> <a href="http://camvile.com.ec">http://camvile.com.ec</a>
<b>Correo:</b> <a href="mailto:camvile@gmail.com">camvile@gmail.com</a>



#### 4.3.2. Proceso de toma de decisiones.

Al momento de comercializar un producto la empresa toma la decisión de exportar considerando:

- Las oportunidades que ofrecen los mercados externos,
- Reducir la capacidad ociosa productiva,
- Prolongar el ciclo de vida del producto,
- Incrementar las ventas, etc.

Si la decisión es positiva y la empresa decide entrar en el negocio de la exportación, deberá fijar sus objetivos y formular la política que regirá el comportamiento de la firma en su nuevo campo de negocios.

**Gráfico No. 13: Administración de un negocio**



#### 4.3.3. Arquitectura organizacional.

La organización de la empresa no es un factor limitante para el tamaño, ya que cuenta con personal calificado para su administración y operación, además el personal extra que se necesitará en época de cosecha, estará dada su contratación de acuerdo a la producción estimada que se vaya a obtener.

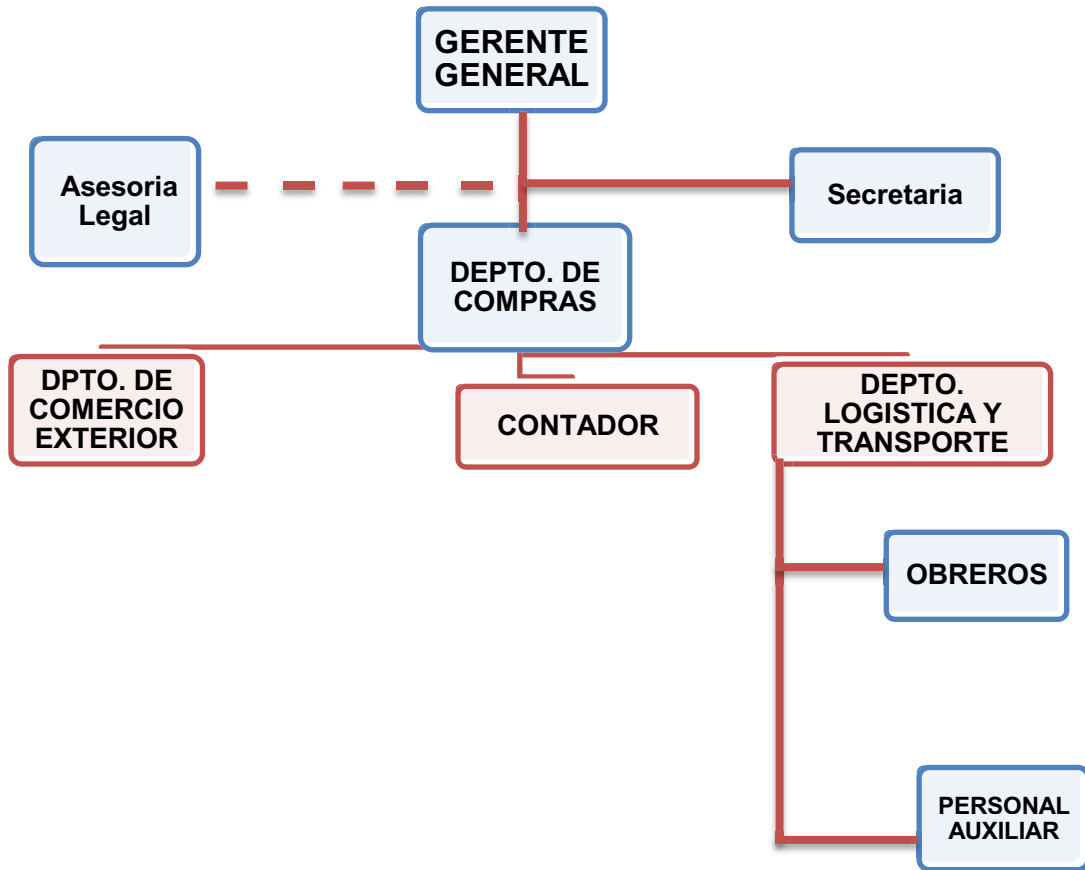
Nuestro organigrama que utilizaremos en nuestra empresa **CAMVILES.A.** Se denomina organigrama funcional que es la estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones de cada tarea.





## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL:

Gráfico No. 14: Organigrama Estructural



Elaborado por: Autores de la tesis

### 4.3.4. Distribución de funciones y responsabilidades.

**Gerente General.**- Establecer las políticas y lineamientos de la empresa. Sus funciones son:

- Representante legal de la empresa;
- Supervisa y dirige el trabajo general.
- Toma decisiones de carácter medio
- Forma parte pasiva de la junta directiva, a excepción de que sea miembro de la misma.



**Secretaría.**

- Tener una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
- Informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Acatar y realizar operaciones que le sean asignadas por el jefe de comercio exterior.

**Contador.-** Persona que contrataremos para que analice los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la institución.

**Depart. De Logística y Transporte.-** Administran los bienes que se van a comercializar.

**Obreros.-** Se tendrá un grupo de personas con diferentes habilidades agrícolas, que ayuden a realizar las operaciones eficientemente, la modalidad de contratación será de prestación de servicios.

**Guardia de Seguridad.-** Se encarga de vigilar el área de la empresa.

**4.3.5. Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas.**

**ACTIVOS FIJOS.**

**Tabla No. 39: Muebles y enseres**

<b>Muebles y Enseres</b>			
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Silla Secretaria Pilot	5	\$ 97,00	\$ 485,00
Escritorio Master 3 gavetas	4	\$ 390,00	\$ 1.560,00
Mesa de secciones	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Vitrina puertas de vidrio	3	\$ 240,00	\$ 720,00
Sillas apilables	15	\$ 29,91	\$ 448,65
Counter de recepción	1	\$ 269,08	\$ 269,08
<b>Total</b>		<b>\$ 1.315,99</b>	<b>\$ 3.772,73</b>



**Tabla No. 40: Equipos de oficina**

<b>Equipo de Oficina</b>			
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Central telefónica Panasonic	1	\$ 305,00	\$ 305,00
Calculadora sumadora	3	\$ 69,00	\$ 207,00
Telefono	6	\$ 20,99	\$ 125,94
Fax	1	\$ 174,99	\$ 174,99
Dispensador de agua	2	\$ 130,00	\$ 260,00
Bidones de agua	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Acondicionador de Aire 24 BTU	2	\$ 1.099,00	\$ 2.198,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.803,98</b>	<b>\$ 3.300,93</b>

**Tabla No. 41: Maquinaria y herramientas**

<b>Maquinarias y Herramientas</b>			
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Montacargas manual	3	\$ 299,99	\$ 899,97
<b>Total</b>		<b>\$ 299,99</b>	<b>\$ 899,97</b>

**Tabla No. 42: Equipo de Computación**

<b>Equipo de Computación</b>			
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Computadoras de escritorio	5	\$ 650,00	\$ 3.250,00
Impresora multifuncion laser	1	\$ 275,00	\$ 275,00
Impresora multifuncionepon	1	\$ 105,00	\$ 105,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.030,00</b>	<b>\$ 3.630,00</b>



#### 4.3.6. Marco Legal relacionado a la operación de la empresa.

Para ejercer nuestras actividades comerciales como sociedad anónima debemos estar sujetos al control de la superintendencia de compañías para así generar más confianza a los clientes.

En nuestra empresa su capital es de origen privado, y está constituida con fines de lucro, su capital no excede de los 150.000 mil dólares y no sobrepasa de 5 socios.

En primer lugar debemos considerar que al invertir en otro país es el estudio de mercado, la situación geográfica y económica del otro país, así como las condiciones en las que puede explotarse el servicio o producto que se ofrece como empresa.

Por ser un proyecto de carácter mercantil cuyo capital está dividido en acciones que pueden ser transmitidas libremente, integradas por las aportaciones de los/as socios/as, los cuales no responderán personalmente de las deudas sociales contraídas frente a terceros, sino que lo harán con el capital aportado por cada uno de ellos para constituir la Sociedad, ésta se constituye mediante escritura pública, que contendrá los Estatutos de la Sociedad, y que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil. Con la inscripción adquirirá la Sociedad Anónima su personalidad jurídica.

- REQUISITOS:
- RUC.
- MATRICULA DE COMERCIO.
- PAGO AL MUNICIPIO POR PERMISO Y CONTRIBUCIONES.

**De la junta general:** La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.



Es de competencia de la junta general:

- Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía
- Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores
- Determina la correcta distribución de los beneficios sociales.
- Decretar adecuadamente la amortización de las acciones.
- Realizar cambios sobre la fusión, transformación, o disolución de la compañía.<sup>36</sup>

#### **4.3.7. Administración de la Sociedad.**

“La admistración de la Sociedad se podrá desempeñar por un administrador único, o varios administradores que actúen conjuntamente, o por un Consejo de Administración”.

[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Privado/rdleg1-2010.t6.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/rdleg1-2010.t6.html)

#### **Responsabilidad Social.**

En cuanto a la responsabilidad, en la sociedad anónima, al igual que en la de responsabilidad limitada, los socios no responderán personalmente y con sus propios bienes de las deudas sociales, ya que la responsabilidad de los socios se circunscribe exclusivamente al capital aportado por cada uno para constituir la Sociedad; es decir, a los bienes y patrimonio de la Sociedad.

Para desarrollar un plan de negocios, consideramos que nuestro negocio no es una empresa pequeña por esta razón debemos tomar en cuenta todas las normas legales y vigentes en el mercado donde ubiquemos la empresa<sup>37</sup>.

<sup>36</sup>[http://www.supercontable.com/envios/articulos/BOLETIN\\_AFTCM\\_38\\_2010\\_Articulo\\_1.htm](http://www.supercontable.com/envios/articulos/BOLETIN_AFTCM_38_2010_Articulo_1.htm)

<sup>37</sup>[http://www.supercontable.com/informacion/ley\\_gestion/Sociedad\\_Anonima-\\_Responsabilidad..html](http://www.supercontable.com/informacion/ley_gestion/Sociedad_Anonima-_Responsabilidad..html)



#### 4.3.8. Plan de implementación.

**Planeación estratégica:** Abarca todas las etapas de un proceso exportador, desde el abastecimiento hasta su entrega al consumidor final, integrando cinco aspectos: producto, almacenamiento y entrega y sistema de información.



#### 4.3.8. Plan de acción a corto plazo .

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico.

En ese orden de ideas el plan de acción operativiza las actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a los objetivos fijados en el Plan Estratégico Sectorial, permitiendo alinear la operación con la planeación estratégica de la entidad.

Nuestra empresa se dedicará a promocionar el arroz en diferentes presentaciones, fijar nuestras metas en la ejecución y cumplimiento y estrategias en el plan estratégico del proyecto establecido debemos llegar al país consumidor en el menor tiempo posible.<sup>38</sup>

#### 4.3.10. Puesta en marcha.

##### **Descripción de la empresa, negocio o iniciativa empresarial**

- Actividad a desarrollar
- Referencia de la experiencia y objetivo de los promotores

<sup>38</sup> : <http://www.monografias.com/trabajos72/plan-accion/plan-accion3.shtml#ixzz37e0Vklel>



### **Definición del producto o servicio a suministrar**

- Descripción
- Necesidades que cubre
- Diferencias con productos de la competencia
- Existencia de algún derecho sobre el producto o servicio a comercializar

### **Plan de producción**

#### **Planificación de los aspectos comerciales**

- Análisis de mercado
- Plan de marketing
- Establecimiento de las redes de distribución
- Proveedores

### **Estudio económico-financiero**

- Determinación de los recursos necesarios
- Fuentes de financiación
- Presupuesto de tesorería
- Estructura financiera de la empresa
- Análisis de rentabilidad

Una vez tomada la determinación y analizados todos los puntos, el siguiente paso a seguir es tener en cuenta una serie de factores claves y concretos para la constitución de la empresa

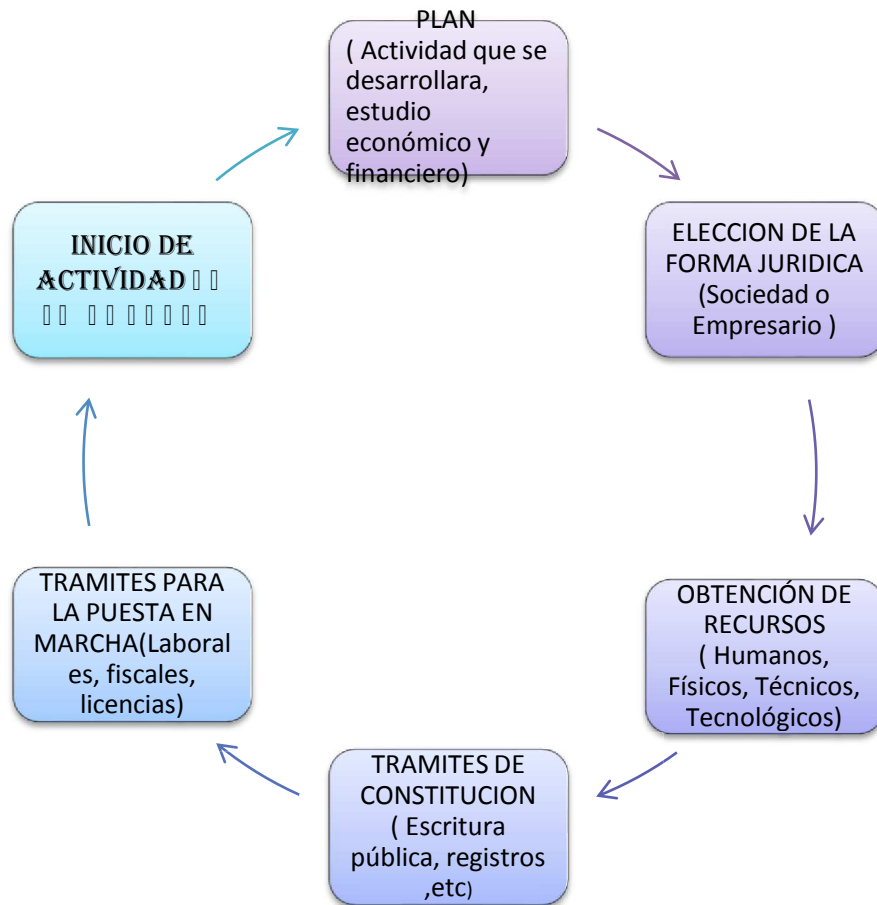
- Número de socios
- Cuantía del capital social
- Obligaciones fiscale
- Responsabilidad frente a terceros.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Fuente: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/CreacionEmpresas.pdf>



**Gráfico No. 15: Dirección general de la industria**



Fuente: Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa  
Ministerio de Industria, Energía y Turismo

#### 4.3.11. PLAN DE SALIDA

Camvile S.A es una empresa la cual se a provisto de introducir el arroz pilado tanto al mercado internacional como al mercado interno ya que el producto es considerado de alta calidad y nutrientes contribuyendo así al mejor ajuste del negocio, una estrategia de salida es en como vender en el mercado abierto o a otra empresa que puede ser la mejor elección. Planear una estrategia de salida con anticipación nos da el tiempo de hacerlo bien y maximizar una rentabilidad antes que nuestro negocio decline o quiebre.





## CAPITULO V

### 5.1. Objetivo del Capítulo.

Diseñar un análisis financiero para determinar junto con los datos que se han recolectado la viabilidad financiera del proyecto , en los cuáles el producto puede ser una oportunidad real de negocio.

### 5.2. Horizonte de tiempo del Plan financiero.

El proyecto estimado por Camvile S.A. es de cinco años, a la vez se señala que dentro del tiempo de horizonte se dan tres ciclos que involucran:

- La etapa inicial o de instalación de la planta en la cual se realiza mayoritariamente las inversiones.
- La etapa de operación de la empresa, en donde se originan los costos de producción para posteriormente lograr la obtención de ingresos y utilidades, producto de las ventas del producto.
- La etapa de recuperación de la inversión y proseguimiento de la actividad financiera.

### 5.3.PLAN DE INVERSION.

#### 5.3.1.Inversión en Activo Fijo.

Se ha determinado que para el inicio de actividades de la empresa, se requerirá de los siguientes activos fijos.

**Tabla No. 45: Activos**

<b>ACTIVOS</b>	
<i>Activos Circulantes</i>	
Efectivo	\$ 30.846,98
<b>Total</b>	<b>\$ 30.846,98</b>
<i>Activos No Circulantes</i>	



Equipo de Computacion	\$ 3.630,00
Muebles y Enseres	\$ 3.772,73
Equipo de Oficina	\$ 3.300,93
Maquinarias	\$ 899,97
Edificio	\$ 72.000,00
Terreno	\$ 17.600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 105.161,63</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 136.008,61</b>

### 5.3.2. Inversiones en activos diferidos e intangibles.

Está integrado por valores cuya recuperación está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.

**Tabla No. 46: Inversiones Intangibles**

<b>INVERSIONES INTANGIBLES</b>	
<i>Gastos Legales y de Constitución</i>	<i>VALOR</i>
Trámites SRI	\$80,00
Estudio de Proyecto	\$3.000,00
Registro Mercantil	\$800,00
Permiso Municipal	\$78,00
<b>Total</b>	<b>3.958,00</b>

### 5.3.3. Inversiones en capital de operación.

El proyecto necesitará de un capital de operación de \$ 30.846,98 el mismo que será utilizado para la compra de materiales directos de fabricación, además de los gastos generados por los primeros meses.



5.3.4. Flujo de Depreciaciones de Activos Fijos.

Tabla No. 45: Depreciación

Activo	Valor Contable	Valor Residual	Vida Contable	Depreciación Año 1	Depreciación Año 2	Depreciación Año 3	Depreciación Año 4	Depreciación Año 5	Depreciación Acumulada
Muebles y Enseres	\$3.772,73	\$377,27	10	\$339,55	\$339,55	\$339,55	\$339,55	\$339,55	\$2.075,00
Equipo de Computacion	\$3.630,00	\$907,50	3	\$907,50	\$907,50	\$907,50			\$907,50
Equipo de Oficina	\$3.300,93	\$495,14	10	\$280,58	\$280,58	\$280,58	\$280,58	\$280,58	\$1.898,03
Maquinarias	\$899,97	\$269,99	10	\$63,00	\$63,00	\$63,00	\$63,00	\$63,00	\$584,98
Edificio	\$72.000,00	\$28.800,00	20	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$61.200,00
Inversion Intangible	\$3.958,00	\$0,00	5	\$791,60	\$791,60	\$791,60	\$791,60	\$791,60	\$0,00
<b>Depreciacion Anual</b>				<b>\$1.590,62</b>	<b>\$1.590,62</b>	<b>\$1.590,62</b>	<b>\$683,12</b>	<b>\$683,12</b>	<b>\$66.665,52</b>



#### 5.4. Plan de Financiamiento.

##### 5.4.1. Estrategia de Financiamiento.

El financiamiento estará realizado por los accionistas que conforman la empresa, los mismos que aportarán con el 45% además se realizará un préstamo a la CFN que otorgará el 55% restante del costo total del proyecto%.

**Tabla No. 46: Financiamiento del Proyecto**

<i>Financiamiento del Proyecto</i>	
<i>Porcentaje de Apalancamiento</i>	
55,00%	45,00%
<i>Préstamo</i>	<i>Capital Propio</i>
<b>\$ 74.804,74</b>	<b>\$ 61.203,87</b>

##### 5.4.2. Tabla de Amortización.

**Tabla No. 47: Inversión Inicial**

<i>Préstamo</i>	\$ 74.804,74
<i>Tasa</i>	11,20%
<i>Periodo (Años)</i>	5

**Tabla No. 48: Periodos de Pago del Préstamo**

<i>Periodo</i>	<i>Pago</i>	<i>Capital</i>	<i>Interes</i>	<i>Saldo</i>
0				\$ 74.804,74
1	\$ 20.341,87	\$ 11.963,74	\$ 8.378,13	\$ 62.841,00
2	\$ 20.341,87	\$ 13.303,68	\$ 7.038,19	\$ 49.537,32
3	\$ 20.341,87	\$ 14.793,69	\$ 5.548,18	\$ 34.743,63
4	\$ 20.341,87	\$ 16.450,58	\$ 3.891,29	\$ 18.293,05
5	\$ 20.341,87	\$ 18.293,05	\$ 2.048,82	\$ 0,00



**5.4.3. Tasa de descuento o costo promedio ponderado de capital.**

**Tabla No. 49: WACC = CPPC**

WACC = CPPC	
TMAR Accionista	13,73%
We	45,00%
Wd	55,00%
I	11,20%
Ti	33,70%
<b>WACC</b>	<b>10,26%</b>

“Promedio Ponderado del Costo de Capital. Se trata de la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos operativos para valuar una empresa utilizando el descuento de flujos de fondos, en el "enterprise approach".  
<http://es.wikipedia.org/wiki/WACC>

$$WACC = (TMAR \times We) + \{Wd (1 - Ti) I\}$$

**5.5. Proyección de Ingresos Operacionales.**

**5.5.1. Proyección de las ventas.**

Se recalca que los 28.000 son sacos de 100lbs (1 quintal) es la venta estimada para el primer año, se dejará reserva para tener como “colchon” para ferias o sacos que los compradores deseen por reposicion.

**5.5.2. Proyección de los precios.**

Nuestros precios en la venta del arroz pilado se va a mantener en \$40.00 dentro de los 5 años del proyecto, cabe recalcar que solo se incrementarán las unidades a venderse.



**Tabla No. 50: Proyección de Precios**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Sacos de 210lbs	20.000,00	20.600,00	21.218,00	21.854,54	22.510,18
libras compradas	4.200.000,00	4.326.000,00	4.455.780,00	4.589.453,40	4.727.137,00
(-) Desperdicio en cáscara (16.67%)	700.000,00	721.000,00	742.630,00	764.908,90	787.856,17
(-) Desperdicio de polvillo (9.52%)	400.000,00	412.000,00	424.360,00	437.090,80	450.203,52
(-) Desperdicio de arrocillo (7.14%)	300.000,00	309.000,00	318.270,00	327.818,10	337.652,64
(=) Total de arroz limpio (lbs)	2.800.000,00	2.884.000,00	2.970.520,00	3.059.635,60	3.151.424,67
(=) Total de sacos de 100 lbs	28.000,00	28.840,00	29.705,20	30.596,36	31.514,25
Envios al año	27500	28500	29500	30500	31500

**5.5.3. Proyección de los ingresos.**

**Tabla No. 51: Proyección de ingresos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Envios al año	27500	28500	29500	30500	32000
Precio	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
<b>Ingreso por año</b>	<b>\$1.100.000</b>	<b>\$1.140.000</b>	<b>\$1.180.000</b>	<b>\$1.220.000</b>	<b>\$1.260.000</b>

Es importante indicar que tendremos otros ingresos adicionales por la venta del Polvillo y del Arrocillo.

El saco de Polvillo de 100 lbs se venderá a \$ 9.00

El saco de Arrocillo de 100 lbs se venderá a \$ 15.00

**Tabla No. 52: Ingreso por Venta de Polvillo**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Polvillo (lbs)	400.000,00	412.000,00	424.360,00	437.090,80	450.203,52
Sacos de Polvillo	4.000,00	4.120,00	4.243,60	4.370,91	4.502,04
Precio de Saco de polvillo	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Ingreso	36000	37080	38192,4	39338,172	40518,31716



**Tabla No. 53: Ingreso por venta de Arrocillo**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Arrocillo (lbs)	300.000,00	309.000,00	318.270,00	327.818,10	337.652,64
Sacos de Polvillo	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
Precio de Saco de Arrocillo	15,00	15	15,00	15	15,00
Ingreso	45000,00	46350,00	47740,50	49172,72	50647,90

**5.5.4. Proyección de costos y gastos operacionales.**

**5.5.4.1. Proyección de Costos Operacionales.**

**5.5.4.1.1. Materia Prima Directa.**

**Tabla No. 54: Materia Prima Directa**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Sacos de 210lbs	20.000,00	20.600,00	21.218,00	21.854,54	22.510,18
libras compradas	4.200.000,00	4.326.000,00	4.455.780,00	4.589.453,40	4.727.137,00
(-) Desperdicio en cáscara (16.67%)	700.000,00	721.000,00	742.630,00	764.908,90	787.856,17
(-) Desperdicio de polvillo (9.52%)	400.000,00	412.000,00	424.360,00	437.090,80	450.203,52
(-) Desperdicio de arrozillo (7.14%)	300.000,00	309.000,00	318.270,00	327.818,10	337.652,64
(=) Total de arroz limpio (lbs)	2.800.000,00	2.884.000,00	2.970.520,00	3.059.635,60	3.151.424,67
(=) Total de sacos de 100 lbs	28.000,00	28.840,00	29.705,20	30.596,36	31.514,25
Envios al año	27500	28500	29500	30500	31500

**Tabla No. 55: Costos directos de producción**

<b>Costos Directos de Producción</b>		
<i>Detalle</i>	<i>V. unit</i>	<i>Valor Anual</i>
Saco de arroz de 210 lbs	30,00	600.000,00
Mano de Obra directa		63.232,00
Saco impreso	0,26	7.280,00
Pilado	3,50	70.000,00
Transporte hasta la planta	1	20.000,00
<b>Total</b>		<b>740.512,00</b>



5.5.4.1.2 Mano de Obra Directa.

Tabla No.56: Mano de Obra Directa

<i>Cargo</i>	<i>Mano de Obra Directa</i>				<i>Aporte al I.E.S.S 11,15%</i>	<i>IECE Y SECAP 1,00%</i>	<i>Vacaciones</i>	<i>Número de empleados</i>	<i>Salario Anual</i>
	<i>Salario Mensual</i>	<i>Décimo Tercer Sueldo</i>	<i>Décimo Cuarto Sueldo</i>	<i>Fondo de Reserva</i>					
Obreros	\$ 400.00	\$400.00	\$ 340,00		\$ 44,60	\$ 4.00	\$ 200,00	6	\$ 63.232,00
<b>Total</b>	<b>\$400.00</b>	<b>\$ 400.00</b>	<b>\$ 340,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 44.60</b>	<b>\$ 4.00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>6</b>	<b>\$ 63.232,00</b>





5.5.4.1.3. Gastos Indirectos de Fabricación.

Tabla No. 57: Gastos Básicos

<b>Gastos Basicos</b>		
<i>Detalle</i>	<i>Valor Mensual</i>	<i>Valor Anual</i>
Energia eléctrica	150	1800
Agua Potable	30	360
Telefono	45	540
Internet	110	1320
<b>Total</b>	<b>\$ 335,00</b>	<b>\$ 4.020,00</b>

Tabla No. 58: Suministros de Oficina

<b>Suministros de Oficina</b>				
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Valor Mensual</i>	<i>Valor Anual</i>
Resmas de Hojas Tamaño A4	3	\$ 4,10	\$ 12,30	\$ 147,60
Tinta para impresoras	2	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ 768,00
Toner para impresora Laser	1	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 660,00
Cajas de Grapa	3	\$ 0,90	\$ 2,70	\$ 32,40
Utiles de oficina	2	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Suministros varios			\$ 120,00	\$ 1.440,00
<b>Total</b>		<b>\$ 104,00</b>	<b>\$ 146,00</b>	<b>\$ 3.192,00</b>

Tabla No. 59: Costo de Exportación

<b>Costo de Exportacion</b>		
<i>Detalle</i>	<i>V. unitario</i>	<i>Valor Anual</i>
Flete internacional	1.000,00	56.000,00
Certificado de origen	10,36	580,16
Certificado Sanitario y Fitosanitario	35	1.960,00
Antinarcoctico	205	11.480,00
Verificado	100	5.600,00
Agente de aduanas (VicDel Cargo)	125	7.000,00
Envio de documentos (Courier)	44,6	1.248,80
<b>TOTAL</b>	<b>1.519,96</b>	<b>83.868,96</b>

Tabla No. 60: Gastos Varios

<b>Gastos Varios</b>				
<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>v. mensual</i>	<i>Valor Anual</i>
Guantes de pupos reforzados	6	\$1,39	\$8,34	\$100,08
Fajas	3	\$16,00	\$48,00	\$576,00
Gasto de agua purificada	8	\$1,50	\$12,00	\$144,00
<b>Total</b>			<b>\$ 68,34</b>	<b>\$ 820,08</b>



5.5.4.2. Proyección de gastos operacionales.

5.5.4.2.1. Gastos Administrativos.

Tabla No. 61: Gastos Administrativos

Cargo	Gasto Administrativo				Aporte al I.E.S.S	IECE Y SECAP	Vacaciones	Número de empleados	Salario Anual
	Salario Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	11,15%	1,00%			
Gerente	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 340,00		\$ 178,40	\$ 16,00	\$ 800,00	1	\$ 24.272,80
Secretaria	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 340,00		\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 250,00	1	\$ 7.819,00
Contadora	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 340,00		\$ 78,05	\$ 7,00	\$ 350,00	1	\$ 10.810,60
Jefe de Comercio Exterior	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 340,00		\$ 122,65	\$ 11,00	\$ 550,00	1	\$ 16.793,80
Jefe de Compras	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 340,00		\$ 122,65	\$ 11,00	\$ 550,00	1	\$ 16.793,80
Jefe de Logística	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 340,00		\$ 122,65	\$ 11,00	\$ 550,00	1	\$ 16.793,80
Personal de servicio	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 340,00		\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 200,00	1	\$ 6.323,20
Guardia	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 340,00		\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 200,00	1	\$ 6.323,20
<b>Total</b>	<b>\$ 6.900,00</b>	<b>\$ 6.900,00</b>	<b>\$ 2.720,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 769,35</b>	<b>\$ 69,00</b>	<b>\$ 3.450,00</b>	<b>8</b>	<b>\$ 105.930,20</b>



5.5.4.2.2. Gastos de marketing y ventas.

Tabla No. 62: Gastos de Publicidad y Ferias

<b>Gasto de Publicidad y Ferias</b>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor Annual</i>
Publicidad en exteriores	12.000,00
Publicidad en revistas especializadas	8.000,00
Gastos en Ferias	15.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>35.000,00</b>

5.6. Estado de Perdidas y Ganancias proyectadas.

Tabla No. 63: Estado de Resultado Integral

<b>Estado de Resultado Integral</b>					
<i>Detalle</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<b>Ingresos</b>	\$1.100.000,00	\$1.140.000,00	\$1.180.000,00	\$1.220.000,00	\$1.260.000,00
<b>Otros Ingresos</b>	\$81.000,00	\$83.430,00	\$85.932,90	\$88.510,89	\$91.166,21
<b>costos de venta</b>	\$740.512,00	\$762.727,36	\$785.609,18	\$809.177,46	\$833.452,78
<b>Margen bruto</b>	<b>\$440.488,00</b>	<b>\$460.702,64</b>	<b>\$480.323,72</b>	<b>\$499.333,43</b>	<b>\$517.713,43</b>
<b>Gastos Operativos</b>					
Gastos Administrativos	\$105.930,20	\$106.989,50	\$108.059,40	\$109.139,99	\$110.231,39
Depreciación	\$1.590,62	\$1.590,62	\$1.590,62	\$683,12	\$683,12
Gastos de Oficinas	\$3.192,00	\$3.192,00	\$3.192,00	\$3.192,00	\$3.192,00
Gastos Basicos	\$4.020,00	\$4.020,00	\$4.020,00	\$4.020,00	\$4.020,00
Gastos Varios	\$820,08	\$820,08	\$820,08	\$820,08	\$820,08
Gasto de Exportacion	\$111.097,80	\$113.319,76	\$115.586,15	\$117.897,87	\$120.255,83
Gasto de Publicidad	\$35.000,00	\$35.000,00	\$35.000,00	\$35.000,00	\$35.000,00
Total Gastos Operativos	\$261.650,70	\$264.931,96	\$268.268,25	\$270.753,07	\$274.202,43
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$178.837,30</b>	<b>\$195.770,68</b>	<b>\$212.055,47</b>	<b>\$228.580,36</b>	<b>\$243.511,01</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses sobre prestamos	\$8.378,13	\$7.038,19	\$5.548,18	\$3.891,29	\$2.048,82
<b>Utilidad antes de Particip. e Impto.</b>	<b>\$170.459,17</b>	<b>\$188.732,49</b>	<b>\$206.507,29</b>	<b>\$224.689,08</b>	<b>\$241.462,19</b>
15% Participación de Trabajadores	\$25.568,88	\$28.309,87	\$30.976,09	\$33.703,36	\$36.219,33
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$144.890,29</b>	<b>\$160.422,61</b>	<b>\$175.531,20</b>	<b>\$190.985,71</b>	<b>\$205.242,86</b>
Impuesto a la Renta (22%)	\$31.875,86	\$35.292,98	\$38.616,86	\$42.016,86	\$45.153,43
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$113.014,43</b>	<b>\$125.129,64</b>	<b>\$136.914,33</b>	<b>\$148.968,86</b>	<b>\$160.089,43</b>



### 5.7. Flujos de Fondo del Proyecto.

**Tabla No. 64: Flujo de Fondo del Proyecto**

<i>Utilidad Neta</i>		\$113.014,43	\$125.129,64	\$136.914,33	\$148.968,86	\$160.089,43
<i>Depreciacion y amortizacion Intag.</i>		\$1.590,62	\$1.590,62	\$1.590,62	\$683,12	\$683,12
<i>Amortizacion de la deuda</i>		\$11.963,74	\$13.303,68	\$14.793,69	\$16.450,58	\$18.293,05
<i>Flujo del inversionista</i>		\$102.641,31	\$113.416,58	\$123.711,27	\$133.201,40	\$142.479,51
<i>(-) Inversion Inicial</i>	\$ (61.203,87)					
<i>(-) Prestamo</i>	\$ (74.804,74)					
<i>Valor de Desecho</i>						\$66.665,52
<b><i>Flujo Total</i></b>	<b>\$ (136.008,61)</b>	<b>\$102.641,31</b>	<b>\$113.416,58</b>	<b>\$123.711,27</b>	<b>\$133.201,40</b>	<b>\$209.145,02</b>

### 5.8. Evaluacion Financiera del proyecto.

**Tabla No. 65: Evaluación Financiera del Proyecto**

<b>WACC</b>	<b>10,26%</b>
<b>TIR</b>	<b>40,33%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 150.494,16</b>

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0 \text{ WACC}(cpp) = K_c \frac{CAA}{CAA+D} + K_d(1-T) \frac{D}{CAA+D}$$

**VAN.-** “Valor Actual Neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.”

**TIR.-** “Tasa Interna de Retorno de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".”

**WACC.** “-trata de la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos operativos para valuar una empresa utilizando el descuento de flujos de fondos, en el "enterpriseapproach".”

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



Al establecer comparaciones entre el VAN, y la tasa mínima de retorno (WACC), a la empresa puede notar que el proyecto es altamente viable, ya que el Valor Actual Neto es de \$ 150.494,16. A la vez se señala que según la tasa interna de retorno (TIR) la empresa puede alcanzar una rentabilidad de hasta el 40,33% de la inversión lo cual le significa una oportunidad para invertir en la actividad actual.

### 5.8.1 PAY BACK.

**Tabla No. 66: PayBack**

<b>PayBack</b>						
	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<b>Flujo de Efectivo</b>	(140.399,76)	60.018,04	54.439,45	62.825,50	70.261,75	158.587,64
<b>Flujo de Efectivo Descontado</b>	(140.399,76)	54.430,89	44.775,55	46.862,63	47.530,60	97.294,26
<b>Flujo de Efectivo Dscado. Acumulado</b>	<b>(140.399,76)</b>	<b>(85.968,87)</b>	<b>(41.193,32)</b>	<b>5.669,31</b>	<b>53.199,90</b>	<b>150.494,16</b>

El PAYBACK se nota que el capital se recupera al segundo año y a partir del cuarto año se incrementan las utilidades.

### 5.8.2. Punto de Equilibrio.

Hace referencia al nivel en el que dentro de la operatividad de la empresa sus ingresos son iguales a sus egresos, también se menciona como la cifra de ventas que la compañía requiere para alcanzar a cubrir los gastos y costos de Camvile y aunque en consecuencia no obtenga utilidad, tampoco signifique pérdida para la organización. En el presente proyecto se requiere la venta mínima de \$800.626,93 anuales para empezar a generar utilidades posteriormente.

**Tabla No. 67: Punto de Equilibrio**

<b>Punto de Equilibrio Cantidad</b>		<b>Punto de Equilibrio \$</b>	
<i>Descripción</i>	<i>Mensual</i>	<i>Descripción</i>	<i>Mensual</i>
Costo Fijo	261.650,70	Costo Fijo	261.650,70
Costo Variable	26,93	Costo Variable	26,93
Precio	40,0	Precio	40,00
<b>P.E.Q</b>	<b>20.016,00</b>	<b>P.E</b>	<b>800.626,93</b>



### 5.8.3. Ratios Financieros.

Liquidez general	=	Activo Corriente	=	<u>30.846,98</u>	=	0,41%
		Pasivo Corriente		<u>74.804,74</u>		
Rendimiento sobre el patrimonio		Utilidad Neta		<u>113.014,43</u>		1,85%
		Patrimonio		61.203,87		
Rendimiento sobre inversión		Utilidad Neta		<u>113.014,43</u>		0,83%
		Total de Activos		<u>136.008,61</u>		
Margen de Utilidad Bruta		Ventas - Costos de Ventas		<u>359.488,00</u>		0,33
		Ventas		1.100.000,00		%
Margen Neto de Utilidad		Utilidad Neta		<u>113.014,43</u>		0,10%
		Ventas Netas		1.100.000,0		
				0		

### 5.9. Análisis e Interpretación de los resultados de la evaluación financiera.

- La empresa necesitara una inversión de \$ \$ 74.804,74.
- la misma que será financiada por el 45% de capital propio y el 55 % mediante préstamo a la CFN, bajo una tasa de interés del 11.20%. Recalcamos que el préstamo será cubierto según la tabla de amortización en el quinto año.
- La recuperación de la Inversión se cumplirá al segundo año teniendo en los siguientes años incremento en nuestras utilidades.



- Por tener ingresos altos, nuestra empresa puede tener sueldos y salarios más altos.
- En este análisis se determinó la viabilidad de la empresa de acuerdo a los resultados obtenidos bajo los indicadores del VAN , TIR, Y WACC, en los cuales delimitamos lo siguiente:

VAN= Representa el \$150.494,16 mientras que la WACC el 10.26% nos indica una recuperación de la inversión y por tanto el VAN al igualarse a cero no genera ganancias pero tampoco pérdidas.

A través del cálculo de la TIR se proyecta que en el proceso de operatividad, la empresa puede llegar a recuperar el 40.3% de la inversión lo cual le significa una oportunidad para reinvertir en la actividad actual, puesto que es muy notoria la viabilidad de este tipo de negocios y de acuerdo al desarrollo del mercado sus niveles de demanda están en constante crecimiento.



## Conclusión:

- Al empezar nuestro plan de negocios se sabía que el gobierno compra toda la producción y la venta se hace de gobierno a gobierno. Esta es la razón principal por la cual se realiza esta investigación para determinar que los productores ganan más vendiendo directamente ellos.
- Nuestro objetivo era sólo comercializar el producto ya pilado, pero para esto debíamos constatar que los procesos de trazabilidad del producto eran los óptimos en calidad. Es aquí donde detectamos que las piladoras que se encuentran en nuestra región están en pésimo estado, y esto nos ocasionó un problema o debilidad en el producto a comercializar.
- Nuestros costos se elevaron al transportar el arroz desde nuestra empresa hasta una piladora en Lomas de Sargentillo (Guayas) que es una de las que cuenta con todos los recursos necesarios para que nuestro producto sea de calidad.
- A pesar de todo esto, la ganancia que genera el proyecto es alta como lo demostró nuestro análisis financiero.

## “Piladora Nacho” Ayacucho –Santa Ana







“Piladora San Jacinto” Lomas de Sargentillo- Guayaquil





## **Recomendaciones.**

- Realizar inspecciones a cada una de las piladoras de la provincia de Manabí con el fin de certificar el tipo y calidad del producto.
- Que se realice este Plan de Negocios tomando en cuenta su trazabilidad desde su producción, hasta su consumo final.
- Obtener una capitación por el Gobierno a los agricultores y Piladoras de la parroquia de San Pablo de Pueblo Nuevo.
- Asistir en ferias internacionales, involucrar al marketing de la empresa, tener estrategias publicitarias mediante el uso de la web, con el fin de dar a conocer las generalidades y atributos de nuestro producto.
- Establecer claramente los recursos físicos, humanos, técnicos y tecnológicos, y de financiamiento, necesarias para ejecución del proyecto.



## Bibliografía

- <http://www.revistaelagro.com/2013/07/23/produccion-precios-y-exportacion-de-arroz-ecuadoriano/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/>
- [http://www.goya.com/espanol/nutrition/basics\\_rice.html](http://www.goya.com/espanol/nutrition/basics_rice.html)
- <http://saludyalimentacion.consumer.es/alergia-al-huevo-al-completo>
- Recuperado de: [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)
- [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)
- [http://www.donquijote.org/culture/colombia/index\\_es.asp](http://www.donquijote.org/culture/colombia/index_es.asp)
- <http://juancarloscasta.obolog.es/situacion-social-colombia-519464>
- <http://prezi.com/cslrnm6ljmvs/perfil-del-consumidor-colombiano/>
- [http://www.protocolo.org/internacional/america/citas\\_de\\_negocios\\_en\\_colombia\\_cultura\\_empresarial\\_reglas\\_de\\_](http://www.protocolo.org/internacional/america/citas_de_negocios_en_colombia_cultura_empresarial_reglas_de_)
- [www.proecuador.com](http://www.proecuador.com)
- <http://www.solidaritat.ub.edu/observatori/esp/colombia/datos/sistema1.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica\\_de\\_Colombia](http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_Colombia)
- [http://www.solutekcolombia.com/tecnologia\\_colombia.htm](http://www.solutekcolombia.com/tecnologia_colombia.htm)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Ecuador)
- <http://www.revistaelagro.com/2013/07/23/produccion-precios-y-exportacion-de-arroz-ecuadoriano/>
- <http://www.revistaelagro.com/2013/07/23/produccion-precios-y-exportacion-de-arroz-ecuadoriano/>
- <http://www.razonpublica.com/index.php/regiones-temas-31/277-bogotsus-avances-y-sus-tres-grandes-problemas-.pdf>
- Fedearroz
- <http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/10/la-produccion-de-arroz-en-el-ecuador.html>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz.htm>
- <http://novarroz.pt/e/mundo-do-arroz/arroz-no-mundo/tipos-e-variedades-de-arroz>



- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>
- <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz2.htm>
- <http://nutricion.nichese.com/arroz.html>
- Fuente:Proecuador.gov.ec
- <http://www.aduana.gob.ec/index.action>
- <http://es.thefreedictionary.com/antinar%C3%B3ticos>
- [http://www.iniap.gob.ec/~iniapgob/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16:arroz&catid=6:programas.](http://www.iniap.gob.ec/~iniapgob/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=16:arroz&catid=6:programas)
- [http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=795&Itemid=124](http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=795&Itemid=124)
- <http://www.gadsanpablo.gob.ec/>
- [http://www.supercontable.com/envios/articulos/BOLETIN\\_AFTCM\\_38\\_2010\\_Articulo\\_1.htm](http://www.supercontable.com/envios/articulos/BOLETIN_AFTCM_38_2010_Articulo_1.htm)
- [http://www.supercontable.com/informacion/ley\\_gestion/Sociedad\\_Anonima\\_Responsabilidad..html](http://www.supercontable.com/informacion/ley_gestion/Sociedad_Anonima_Responsabilidad..html)
- <http://www.monografias.com/trabajos72/plan-accion/plan-accion3.shtml#ixzz37e0Vkiel>
- Fuente: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/CreacionEmpresas.pdf>



**Anexos.**

**Investigación realizada en San Pablo de Pueblo Nuevo. Hacienda Yujer Macías.**







**Investigación realizada en Lomas de Sargenillo Piladora San Jacinto**

