

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES



TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA COCADA
ESMERALDEÑA AL MERCADO DE ÁMSTERDAM - HOLANDA”**

**AUTOR
SARA RAQUEL GONZALEZ BRAVO**

**DIRECTOR
ING. RONALD LOPEZ**

**MANTA, ECUADOR
2015**

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada con mucho cariño y esfuerzo a mis hijos por ser fuente de motivación, a mi esposo por apoyo brindado todo este tiempo y en especial a mis padres por estar en constancia absoluta para q pueda alcanzar este objetivo.

Sara Raquel González Bravo

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a Dios por haberme permitido llegar a cumplir uno de mis objetivos más importantes.

A mis padres por todo el apoyo que me han dado durante todos mis años de estudio.

A mi esposo por estar siempre a mi lado, apoyándome a pesar de las dificultades que se presentan en el camino.

ÍNDICE GENERAL

Capítulo 1

1.1. Introducción.....	1
1.2. Plan de proyecto de grado.....	1
1.2.1. Tema.....	1
1.2.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.2.1 Formulación y sistematización del problema.....	2
1.2.3. Objetivos.....	2
1.2.3.1. Objetivo general.....	2
1.2.3.2. Objetivos específicos.....	2
1.2.4. Justificación e importancia.....	3
1.2.5. Beneficiarios potenciales.....	3
1.2.6. Diseño metodológico.....	4

Capítulo 2

2.1. Análisis del macro entorno.....	5
2.1.1 Macro ambiente del negocio.....	5
2.1.1.1. Factores sociales y culturales.....	5
2.1.1.2. Factores Demográficos.....	6
2.1.1.3. Condiciones Económicas.....	8
2.1.1.3.1 Panorama Macroeconómico.....	9

2.1.1.4 Auditoria de la Competencia,.....	10
2.1.1.5 Factores Políticos y Legales.....	10
2.1.1.6 Tecnología Imperante.....	14
2.1.2 Microambiente Externo.....	15
2.1.2.1 Factor Demográfico y Económico.....	16
2.1.2.2 Factor Político.....	17
2.1.3 Microambiente Interno.....	17
2.1.3.1 Factores Demográficos.....	18
2.1.3.2 Condiciones Económicas.....	19
2.1.3.3 Factores Políticos y legales.....	22
2.2 Análisis de la Industria	23
2.2.1 Antecedentes Generales y Evolución de la Industria	23
2.2.2 Análisis estructural del sector industrial, 5 fuerzas de porter.....	24
2.2.3 Identificación y Caracterización de la Competencia Incluidas sus Estrategias....	26
2.2.4 dimensionamiento de la oferta actual y potencial.....	28
2.2.5 Identificación y Caracterización de la Demanda	30
2.2.6 Dimensionamiento de la demanda actual y potencial	31
2.2.7 Análisis FODA.....	32
2.2.7.1 Análisis Frente Externo.....	32
2.2.7.2 Análisis Frente Interno.....	32
2.3 Planteamiento estratégico.....	33
2.3.1 Visión y Misión.....	33

2.3.1.1	Visión.....	33
2.3.1.2	Misión.....	33
2.3.2.	Objetivos Estratégicos.....	34
2.3.2.1	Financieros.....	34
2.3.3	Estrategias	35
2.3.3.1	Cartera de Productos.....	35
2.3.3.1.1	matriz atractivo – competitividad.....	35
2.3.3.1.2	Matriz BCG: Estrellas, vacas lecheras, interrogante, pesos muerto.....	36
2.3.4	Estrategias genéricas de desarrollo.....	37
2.3.4.1	Diferenciación.....	37
2.3.5	Estrategias de Crecimiento.....	37
2.3.5.1	Crecimiento intensivo en el Mercado de Referencia.....	37
2.3.5.2	Crecimiento Integrado en la Industria.....	37
2.3.5.3	Crecimiento por Diversificación fuera de la Industria.....	38
2.3.5.4	Estrategias competitivas.....	38
2.3.5.5	Estrategias de Desarrollo Internacional.....	38
2.4.	Sistema de Valores.....	39
2.4.1	Valores finales.....	39

Capítulo 3

3.1	Análisis del mercado de referencia.....	40
3.1.1	Tipo y estructura de mercado.....	40
3.1.1.1	Tipo de mercado.....	40
3.1.1.2	Estructura de mercado.....	40
3.1.2	Identificación y Análisis de Segmentos de Mercados Objetivos.....	41
3.1.3	Identificación y análisis de la competencia directa.....	42
3.1.4	Factores Críticos de éxito y ventajas competitivos.....	42
3.1.5	Demanda insatisfecha del mercado de referencia.....	43
3.1.6	Demanda que atenderá el proyecto.....	43
3.2	Plan Comercial.....	44
3.2.1	Objetivos del Plan Comercial.....	44
3.2.2	Mix de Marketing.....	44
3.2.2.1	Auditoria y Estrategia de Producto.....	44
3.2.2.1.1	Adaptación o Modificación Requerida.....	44
3.2.2.1.2	Atributos y Beneficios del Producto	44
3.2.2.1.3	Componentes Centrales del Producto.....	45
3.2.2.1.4	Componente de Envase.....	45
3.2.2.1.5	Componentes de Servicio de Apoyo.....	46

3.2.2.2 Auditoria y Estrategia de Precio.....	46
3.2.2.2.1 Términos de Venta (Incoterms).....	46
3.2.2.2.2 Partida arancelaria.....	47
3.2.2.2.3 Impacto del tipo de Cambio en la Fijación del Precio.....	48
3.2.2.2.4 Fijación del Precio de Venta Unitario (de exportación).....	48
3.2.2.2.5 costo total unitario	
3.2.2.2.6 Métodos de Cobro/ Pago Internacional.....	48
3.2.2.3 Auditoria y Estrategia de Distribución.....	50
3.2.2.3.1 Modo de Transporte.....	50
3.2.2.3.2 Puerto/ Aeropuerto de Origen y Destino.....	51
3.2.2.3.3 Tipos de Regulaciones de Marcas y Etiquetas.....	53
3.2.2.3.3.1 Regulaciones de Marcas y Etiquetas en Holanda.....	53
3.2.2.3.4 tipo de embalaje requerido.....	54
3.2.2.3.5 tipo de contenedor o medio de transporte	54
3.2.2.3.6 Documentación Requerida.....	54
3.2.2.3.7 Tipos de Requisitos Sanitarios.....	56
3.2.2.3.8 Tipos de Requisitos Normas Legales, Calidad y Buenas Prácticas.....	57
3.2.2.3.9 Cadena de Distribución.....	58
3.2.2.3.10 Canal de Distribución.....	58

3.2.2.3.11 Operativa de Comercio Exterior (tramitología de exportación).....	58
3.2.2.3.12 Modelos de Comercio Electrónico.....	60
3.2.2.4 Auditoria y Estrategia de Promoción.....	61
3.2.2.4.1 Concepto de Posicionamiento.....	61
3.2.2.4.2 Concepto de Slogan.....	61
3.2.2.4.3 Estrategia de Mix de Publicidad.....	62
3.2.2.4.4 Estrategia de Promociones de Venta.....	62
3.2.2.4.5 Estrategias de Venta Personal.....	62
3.2.2.4.6 Estrategia de Medios Interactivos.....	62
3.2.2.4.7 Participación en Ferias Comerciales.....	62
Capítulo 4	
4.1 Plan técnico.....	63
4.1.1 Capacidad de producción.....	63
4.1.2 Localización.....	63
4.1.3 Proceso Productivo Operacional.....	64
4.1.4 Distribución de Instalaciones- Plano.....	65
4.1.5 Plan de Abastecimiento de Materia Prima	65
4.1.6 Abastecimiento de Insumos.....	66
4.1.7 Plan de Abastecimiento de Mano de Obra.....	67

4.1.8 Plan de Abastecimiento de Tecnología de Producción	67
4.2 Plan Organizacional.....	68
4.2.1 Datos generales de la empresa.....	68
4.2.2 Proceso de toma de decisiones.....	69
4.2.3 Arquitectura Organizacional: Organigrama.....	71
4.2.4 Distribución de funciones y responsabilidad.....	72
4.2.4 Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas	73
4.2.5 Requerimiento de Personal para Áreas Administrativas.....	74
4.2.6 Marco legal relacionado a la operación de la empresa.....	74
4.2.7 Puesta en marcha.....	79
4.2.8 Plan de salida.....	79
Capítulo 5: Plan Financiero	
5.1 Objetivos del Capítulo.....	79
5.2 Horizonte de Tiempo del Plan Financiero.....	79
5.3 Plan de Inversión.....	79
5.3.1 Inversiones en Activos Fijos.....	79
5.3.2 Inversión en activos diferidos.....	80
5.3.3 Inversión en capital de operación.....	80
5.3.4 Flujo de depreciación de activos y diferidos	81
5.4 Plan de Financiamiento.....	82
5.4.1 Estrategia de financiamiento.....	82
5.4.2 Tabla de Amortización.....	82

5.4.3 Tasa de Descuento o costo promedio ponderado (WACC).....	83
5.5 Proyecciones de ingresos operacionales.....	84
5.5.1 Proyecciones de las ventas (unidades).....	84
5.5.2 Proyección de los Precios	84
5.5.3 Proyección de los ingresos.....	85
5.6 Proyección de costos y gastos operacionales.....	86
5.6.1 Proyección de costos operacionales	86
5.6.1.1 Materia prima directa.....	86
5.6.1.2 Mano de obra directa.....	87
5.6.1.3 Gastos Indirectos de Fabricación.....	87
5.6.2 Proyección de Gastos Operacionales.....	88
5.6.2.1 Gastos Administrativos.....	88
5.6.2.2 Gastos de Marketing y Ventas.....	88
5.7 Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados.....	89
5.8 Flujos de Fondos del Proyecto.....	90
5.9 Evaluación Financiera del Proyecto.....	91
5.9.1 VAN.....	91
5.9.2 TIR.....	92
5.9.3 Pay Back.....	93
5.9.4 Punto de Equilibrio.....	94
5.9.5 Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera.....	94

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

1. Factores sociales y culturales de Holanda.....	6
2. Factores demográficos de Holanda.....	7
3. Panorama macroeconómico.....	8
4. Auditoria de la competencia.....	10
5. Demografía esmeraldeña.....	18
6. Sectores y actividades de ocupación de la población.....	20
7. Importaciones de dulces de coco en TM.....	28
8. Consumo nacional aparente (CNA).....	28
9. Consumo de dulces de coco.....	31
10. Tasa de crecimiento poblacional.....	31
11. Identificación de la competencia directa.....	42
12. Demanda insatisfecha del mercado de preferencia.....	43
13. Partida arancelaria.....	47
14. Impacto del tipo de cambio.....	48
15. Capacidad de producción.....	63
16. Abastecimiento de materia prima.....	65
17. Abastecimiento de mano de obra.....	67
18. Activos fijos – muebles y en seres.....	73
19. Equipo de computo.....	73
20. Equipo de oficina.....	73
21. Requerimiento de personal para área administrativa.....	74
22. Inversión de activos fijos.....	80
23. Inversión de activos diferidos.....	80
24. Tabla de depreciación.....	81
25. Estrategias de financiamiento.....	82
26. Tabla de amortización.....	82

27. Proyección de ventas.....	84
28. Proyección de precio.....	85
29. Proyección de ingresos.....	85
30. Materia prima directa.....	86
31. Mano de obra.....	87
32. Gastos indirectos de fabricación.....	87
33. Gastos administrativos.....	88
34. Gastos de marketing y ventas.....	88
35. Estado de pérdidas y ganancias.....	89
36. Flujo de caja.....	90
37. Pay back.....	93
38. Punto de equilibrio (q).....	94
39. Punto de equilibrio (\$).....	94

ÍNDICE DE IMÁGENES

1. cocada envinada.....	26
2. Cocada zero.....	26
3. Cocada Cecilia pajan.....	27
4. Cocada santa helena.....	27
5. matriz atractivo – competitividad.....	35
6. BCG.....	36
7. Método cobro y pago.....	50
8. Puerto de esmeraldas.....	51
9. Puerto de Ámsterdam.....	52
10. Empaquetado del producto.....	53
11. Ubicación de la empresa.....	63
12. Cajas de cartón.....	66
13. Monta carga.....	67
14. Maquina de empaquetado.....	68

ÍNDICE DE GRAFICOS

1. 5 fuerzas de porter.....	24
2. Consumo per cápita de los dulces de coco.....	30
3. Proceso productivo operacional.....	64
4. Plano de la empresa.....	65
5. Proceso de toma de decisiones.....	69
6. Organigrama.....	71

Resumen Ejecutivo

El proyecto de tesis se desarrolla en la ciudad de Esmeraldas, su actividad es exportar la cocada esmeraldeña al mercado Holandés, con una presentación innovadora y de excelente calidad.

El problema que presenta este proyecto es que no existe un apoyo para el pequeño empresario, mucho menos para que este aspire exportar su producto a otro país. Esmeraldas es una ciudad que ha venido sufriendo abandono por partes de las diversas autoridades que han estado en el poder, esto a ocasionado que sus ciudadanos sean tan conformistas con sus pequeños y rústicos negocios.

Lo que se pretende con este proyecto es convertir a la cocada que comúnmente se comercializa en las calles de la ciudad, en uno de los mejores y más consumidos dulces de Holanda.

EXDECO que es la empresa exportadora tiene una capacidad de producción de 43200 cajas mensuales cada una de ellas con 25 unidades de cocadas. La empresa que abastecerá de materia prima es Coco y Sabor situada en la ciudad de Atacames. Todo esto con la finalidad de evaluar la factibilidad del proyecto, para esto se requerirá una inversión total \$80.000 esperando vender en el primer año \$1741,824.00 con una tasa interna de retorno de 46,07% , la inversión se recuperara en un periodo de 4 años.

1.1.Introducción

El presente trabajo ha sido elaborado como un estudio del plan de negocio para la elaboración y comercialización de la cocada al mercado de Holanda.

Con esto se podrá conocer todos los factores que intervienen en una empresa de este tipo, ya sea en lo legal, en la logística, en recursos humanos etc.

La empresa dispondrá de personal capacitado para brindar la máxima calidad en sus productos y servicios, que a su vez estará constantemente innovando, a un precio accesible para todos, estableciendo el compromiso a desarrollar todos los procesos orientados hacia la satisfacción del cliente, buscando siempre ofrecer un valor agregado.

1.1.Plan de Proyecto de Grado

1.2.1 Tema

``Plan de negocio para la comercialización de la cocada esmeraldeña al mercado de Ámsterdam - Holanda``

1.2.2 Planteamiento del Problema

El principal problema que afronta el sector micro empresarial artesanal (Cocada) de esmeraldas, es la falta de apoyo para el mejoramiento de la producción, tales como la infraestructura, equipos , materiales y estabilidad económica para sustentar costos que generan la producción y comercialización de dicho producto.

1.2.2.1. Formulación y Sistematización del Problema

- ¿Cuál sería la influencia de este proyecto para con las empresas y microempresas de la ciudad de Esmeraldas?
- ¿Según los análisis, será la cocada un dulce atractivo para el ciudadano Holandés?
- ¿En base a los estudios que se realizaran será factible económicamente este proyecto?
- ¿Cuál será el impacto social y económico que generara este proyecto en la ciudad de Esmeraldas?

1.2.3. Objetivo

1.2.3.1 Objetivo General

Realizar un plan de negocio para la exportación de la cocada esmeraldeña al mercado Holandés

1.2.3.2 Objetivos Específicos

- Estudiar las diferentes estrategias de mercado, para contribuir al posicionamiento de la marca.
- Analizar el mercado Holandés con respecto a la oferta y la demanda del producto, identificando las oportunidades y amenazas.

- Investigar los debidos procesos que debe cumplir la elaboración de las cocadas, tomando en cuenta los controles sanitarios requeridos u otros.
- Realizar un estudio financiero para conocer la factibilidad y viabilidad del Plan de Negocios.

1.2.4. Justificación e Importancia

El presente proyecto permitirá la creación de un producto con una presentación completamente nueva, para luego poder ser exportado a un mercado internacional, ofreciendo calidad, innovación y competitividad, con la finalidad de conquistar el mercado Holandés, de esta manera se pretende mejorar el nivel de vida del sector productivo en la ciudad de Esmeraldas.

1.2.5. Beneficiarios Potenciales

Los beneficiarios potenciales de este proyecto serian todas aquellas personas involucradas a EXDECO, ya que mejorarían economía y por ende su estilo de vida, otros beneficiarios seria la misma ciudad de Esmeraldas, ya que se abriría al mundo, mejoría la zona productiva de la ciudad.

1.2.5. Diseño Metodológico

El enfoque de la investigación es mixto; cualitativo y cuantitativo

Cualitativamente interesa conocer las opiniones, necesidades, aspiraciones, limitaciones y demás detalles de las personas que elaboran las cocadas así como las opiniones de los clientes, los proveedores y los agentes de venta, sobre los procesos de elaboración, ventas, y calidad de los productos, el precio, la disponibilidad inmediata de los productos; además en base a los Fundamentos teóricos se estructurará una propuesta organizacional para que a través de este proyecto, se tienda a la conservación y rescate de los valores culturales autónomos de la región.

El enfoque es Cuantitativo, porque el análisis de la información también es Valorado numéricamente, en porcentajes, datos y gráficos estadísticos, sobre las inversiones en materia prima y herramientas de los artesanos, sus fuentes de financiamiento, cálculos de intereses, rentabilidad, precio de costo, precio de venta, trámite de exportación, toda esta información para cuantificar los resultados de la gestión micro empresarial.

CAPITULO 2

2.1. Análisis del macro entorno

2.1.1. Macro ambiente del negocio

2.1.1.1. Factores sociales y culturales

Holanda es un país lleno de gente creativa y liberal, son personas muy puntuales y serias a la hora de cumplir con sus obligaciones, les gusta ser directos y honestos al momento de entablar una conversación con sus compañeros de trabajo, lo que jamás se debe preguntar a un holandés, por ningún motivo es cuánto gana.¹

Si hablamos de economizar, pues los holandeses son número 1 para aquello.

En el ámbito laboral el holandés mantiene cierto formalismo, ya que no son participes de mezclar lo laboral con lo personal. A la hora de saludar se da 3 besos en las mejillas y los hombres por lo general se dan un apretón de mano.

La mayoría de la población holandesa es católica, se alojan en las provincias de brabant de norte y Limburgo, puesto q los q no son religiosos viven al norte y oeste del país.

¹Factores sociales y culturales [EN LINEA] – Aut. Desconocido //www.hollandia.com

TABLA 1

Factores sociales

Población de Holanda por religión	% 2010
Católico romano	27
Protestantes	16
Musulmanes	5
Hinduistas	1
Otras religiones	2
Ninguna religión	48

Fuente: [www. hollanda.com](http://www.hollanda.com)
Elaborado por: Autor

2.1.1.2. Factores Demográficos

''El Reino de Holanda consta de tres países separados: Holanda, Aruba y las Antillas Neerlandesas. Holanda es el país con la mayor densidad de población por km² en la Unión Europea y es uno de los países con mayor densidad de población en todo el mundo con 16.760.632 millones de habitantes y 488 personas por km². La superficie total de Holanda es de 41.500 km². Ámsterdam es la capital, pero el gobierno tiene su sede en La Haya. Más de un 40% de la población total vive en el Randstad, la región metropolitana de Ámsterdam, Róterdam, La Haya y Utrecht.

TABLA 2**Factores Demográficos**

Superficie	41.528 km² (18,41% agua)
Población total	16.760.632 millones hasta el 2012
Densidad de población	488 personas por km ²
Tasa de crecimiento poblacional anual (2012)	0.45%
Punto más alto	323 m (Vaalserberg, Limburgo)
Punto más bajo	-6,7 m (Nieuwerkerkaan den IJssel, provincia de Holanda Meridional)
Temperatura media en julio	17 °C
Temperatura media en enero	3 °C

Fuente: www. Hollanda.com

Elaborado por: autor

Los países bajos vienen pasando por una etapa de transformación demográfica gracias a un aumento de la expectativa de vida asociada a una disminución de la tasa de natalidad y aumento de inmigrante. La edad promedio de la población es de 40 años, y la tasa de natalidad es de 1,05 mientras la tasa neta de inmigración es de 2,55.

Los principales grupos étnicos presentes en los países bajos son los neerlandeses (80%), seguidos por los Indonesios (2,4%), Alemanes (2,3%), Turcos (2,2%), Marroquíes (2,0%), y Surimaneses (2,0%). Con la ampliación de la UE aumento el número de inmigrantes procedentes de los nuevos países miembros de la UE. Solo en el 2007, el número de

inmigrantes hacia países bajos y desde los nuevos miembros, totalizaron cerca de 100mil. Los principales orígenes de la nueva ola de inmigrantes son rumania, Bulgaria y Polonia.²

2.1.1.3. Condiciones Económicas

“Holanda es un país muy bueno para hacer negocios, ya que por su ubicación estratégica, se convierte en un atractivo para las empresas locales como extranjeras, para servir a los mercados dentro de Europa, oriente medio y África. La posición geográfica, la infraestructura holandesa son algunas de las razones por las cuales muchas empresas extranjeras han establecido un negocio en los países bajos”³.

2.1.1.3.1. Panorama Macroeconómico

TABLA 3

Ubicación	Europa occidental, la mar del norte, frontera con Bélgica y Alemania.
Clima	Marítimo templado
Fuerza de trabajo	8,761,000 (2010)
Idiomas	Holandés y Frisia
Ingles	85% de la población
Desarrollo económico	2,5% (q42010)
Inflación	2,5% marzo 2012
La tasa de desempleo, sin tomar en cuenta la estación del año	5,1% de la fuerza laboral total

²Demografía de Holanda [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.hollanda.com

³ Economía Holandesa [EN LINEA] - Aut. Desconocido // <http://www.embassyecuador.eu/site/index.php/es/la-economia-holandesa-2>

PIB	\$770.20 miles de millones (2012)
Crecimiento del PIB	1,50% (2012)
PIB per cápita	\$ 42.300 (2012)
Exportaciones al mundo (2011)	\$556.5 miles de millones (2011)
Importaciones del mundo (2011)	\$ 490.10 miles de millones (2011)
Exportaciones ecuatorianas a Holanda (2012)	\$ 329,126.25 miles de millones
Importaciones ecuatorianas desde Holanda	\$ 201,177.34 miles de millones
Recursos naturales	Gas natural, petróleo , tierra fértil
La agricultura	Productos lácteos, , aves de corral, la carne, ganado, flores , verdura, frutas etc.
La industria	Agro, industrias, productos de acero, el aluminio, el metal y la ingeniería etc.
Servicios	Comercio, hoteles, restaurantes, transporte, almacenamiento y comunicaciones, etc.
Comercio	maquinaria y equipo de transporte , productos químicos, combustibles, minerales, alimentos procesados etc.

Fuente: www.proecuador.gob.ec

Elaborado por: autor

2.1.1.4 Auditoria de la Competencia

Holanda es un mercado donde se compite mucho en precio y calidad. Es posible encontrar productos a precio razonable y de muy buena calidad. Holanda es mercado donde ingresan productos de todos los países del mundo, por lo que la competencia es muy grande, y el consumidor siempre busca productos de buena calidad a un precio razonable y con fiabilidad en los tiempos de entrega. los principales exportadores de coco y sus derivados son:

TABLA 4

Coco seco	República dominicana, Canadá, Rusia y Polonia
Torta de coco	El salvador
Dulces de coco	México
Agua de coco	Ecuador

Fuente www.proecuador.gob.ec

Elaborado por: Autor

2.1.1.5 Factores Políticos y Legales

Holanda es una monarquía constitucional con un sistema parlamentario. El jefe de estado es la Reina Beatriz, esta junto con los ministros constituyen la corona. El nombre oficial es Reina de los Países Bajos.

Impuestos

En Holanda, se paga impuesto por tener un salario, una prestación, un subsidio de subsistencia o una pensión. Los impuestos cambian cada año.

Existe un número fiscal en Holanda perteneciente a cada uno de los ciudadanos. Este número es único y se usa para hacer las declaraciones a la renta de las personas físicas, también las empresas e instituciones tienen su número fiscal que permite declarar las actividades económicas ejercidas. El año fiscal en Holanda corresponde con el año calendario, o sea, se toma en cuenta todas las entradas y gastos durante el año para hacer la declaración, salvo explícito permiso de Hacienda.

Los impuestos a la renta (loonbelasting) y los premios de seguridad social (premie volksverzekeringen) son los dos componentes que forman la tributación (loonheffing) que generalmente es retenido por la empresa o instancia que paga el salario, la pensión o la prestación⁴

Sistema General de Preferencias (SGP)

''Sistema general de preferencias andinas El sistema general de preferencias andino (SGP) es el instrumento por el cual la Unión Europea concede preferencias comerciales a los países de desarrollo, contribuyendo de esta manera a la generación de ingresos, mediante la integración en el comercio exterior a través de un acceso más fácil al mercado Europeo. Este mecanismo fue puesto en marcha desde 1971. Es un tratamiento especial unilateral, denominado SGP-Andino o SGP-Droga, por medio del cual, los países miembros de la Unión Europea, otorgan franquicias arancelarias (Arancel cero) a los productos originarios de países andinos.⁵

⁴ Impuestos holandeses [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.Elrincondelvago.com

⁵ el sistema generalizado de preferencias (sgp) de la unión europea [EN LINEA] – Aut. Desconocido // intranet.comunidadandina.org/Documentos/DInformativos

El Tratado de la Unión Europea

“El tratado de la UE fue suscrito en la ciudad de Maastricht, el 7 de febrero de 1992 y en vigor desde el 1 de noviembre de 1993.

El Tratado de la UE planteó una nueva unión mediante tres pilares: el primero, conformado por la Comunidad Europea, incluyendo temas como el Tratado de Roma revisado por el Acta Única, la democratización de instituciones, ciudadanía, competencias nuevas y reforzadas.

El segundo pilar, está integrado por la política exterior y de seguridad común, que incluye cooperación sistemática, posiciones y acciones comunes, además de política de defensa común que se apoya en la Unión Europea Occidental.

El tercer pilar, compuesto por los asuntos interiores y de justicia, incluye políticas de asilo, política de inmigración, lucha contra la drogadicción, lucha contra el fraude internacional, cooperación aduanera, policíaca y judicial.⁶

El Tratado de Ámsterdam

“Fue firmado el 2 de octubre de 1997. Revisa los tratados en que se fundamenta la UE y entró en vigor el 1 de mayo de 1999.

El Tratado persigue cuatro grandes objetivos:

Empleo y derechos de los ciudadanos

Libre circulación y seguridad

Proyección de la UE al exterior

Reforma institucional con miras a la adhesión de nuevos Estados.

⁶ Tratado de la unión europea [EN LINEA] – Aut. Desconocido // : http://html.rincondelvago.com/holanda_2.html

Uno de los temas más relevantes es el de la reforma institucional para las nuevas adhesiones. Al respecto, el Tratado:

Aumenta considerablemente las competencias del Parlamento haciendo del procedimiento de codecisión la regla casi general y extiende la posibilidad de que el Consejo adopte decisiones por mayoría calificada a nuevos ámbitos de actuación política de la UE. La unanimidad seguirá siendo la regla para los asuntos de naturaleza constitucional y para un núcleo de temas muy sensibles como la fiscalidad; otorga poder de decisión al Parlamento en la elección del Presidente de la Comisión, ya que éste será designado por los jefes de Estado y de gobierno, pero su nombramiento se hará efectivo hasta que el Parlamento dé su aprobación; y modifica el peso relativo de los EM en las instituciones para la adhesión de los nuevos países. La Comisión incluirá a un nacional de cada EM y los países mayores renunciarán a su segundo comisario. En paralelo, se reequilibrará el peso relativo de los EM en el Consejo mediante un nuevo sistema de doble mayoría (de Estados y de población), redefiniendo los votos de cada EM conforme a su población.⁷

⁷ Tratado de Ámsterdam [EN LINEA] – Aut. Desconocido // : http://html.rincondelvago.com/holanda_2.html

2.1.1.6 Tecnología Imperante

“El sector de alta tecnología incluye un número de industrias estrechamente relacionadas como son los sistemas de las industrias, automotriz, aeroespacial y de materiales como el acero. Las empresas holandesas en este sector son reconocidas mundialmente por su excelencia tecnológica y se han convertido en líderes en sus segmentos de mercado, debido a su rápida innovación y colaboración en toda la cadena de valor, factores importantes para poder mantenerse vigentes en este sector altamente competitivo y muy complejo. Servicios o Innovación En este sector se ubican las actividades correspondientes a arquitectura, software para juegos, moda, entre otros. Hoy en día, la creatividad holandesa está produciendo arquitectura pionera, diseño, música, TV, juegos y moda. La atención se centra en la biotecnología con aplicaciones en salud. Las empresas holandesas son líderes en este campo. En el área logística, Holanda juega un papel clave en la economía actual, mediante la conexión de los productores y los consumidores de todo el mundo a través de una logística sofisticada. El éxito se basa en una combinación de infraestructura de vanguardia, de clase mundial los proveedores de servicios y una ubicación costera situada en el corazón de Europa. Los factores clave son el Puerto de Rotterdam, el puerto más grande de Europa y el cuarto más grande en todo el mundo, y el aeropuerto de Ámsterdam: Schiphol, el aeropuerto europeo de mayor tránsito comercial y carga aérea. Los Países Bajos también hacen un uso extensivo de la tecnología de la información para ofrecer soluciones optimizadas de la cadena de suministro en los sectores donde el tiempo es crítico, como los alimentos y las flores. Además, los Países Bajos son pioneros en la evolución de las operaciones de logística ambientalmente sostenibles.”⁸

⁸ Tecnología holandesa [EN LINEA] – Aut. Desconocido // [://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_GC2014_HOLANDA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_GC2014_HOLANDA.pdf)

2.1.2 Microambiente Externo

''Ecuador república situada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Colombia, al este y sur con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Debe su nombre a la línea imaginaria del ecuador, que atraviesa el país y divide a la Tierra en dos hemisferios. Las islas Galápagos o archipiélago de Colón, localizadas en el Pacífico a unos 1.000 km de la costa, pertenecen a Ecuador. El país tiene una superficie de 272.045 km² contando con las Galápagos. La capital es Quito, una de las más antiguas de América del Sur.

Es posible trascender y enriquecer esas relaciones diplomáticas con todo el bagaje documental que durante más de dos siglos han generado los ecuatorianos y franceses en los distintos campos del quehacer humano; esto es, la cultura, la educación y la ciencia.''⁹

⁹Historia de Ecuador[EN LINEA] – Aut. Desconocido // [://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml](http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml)

2.1.2.1 Factor Demográfico y Económico

''El Ecuador tiene una población de 14'306.876, con una tasa de crecimiento poblacional de 1.52% anual se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica. Existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más rica posee el 54.3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4.2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0.1% de la tierra. Existe cierta estabilidad económica pero con bases débiles y de forma forzosa. (Esto de manera general para Latinoamérica, pero es una tendencia para todos los países latinoamericanos entonces lo podemos aplicar también para el nuestro) En el informe "Panorama Laboral 2008", la OIT estimó que con un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 1.9% en el 2009, la tasa de desempleo urbano aumentaría a entre 7.9 y 8.3% como promedio anual. La organización señaló además que el desempleo urbano bajó en el 2008 a un 7.4%, desde un 8.1% del año previo, en un contexto de crecimiento del 4.6% en la tasa del PIB regional. Según la OIT, hasta 2.4 millones de trabajadores podrían perder sus empleos en América Latina en el 2009, elevando la tasa de desempleo de la región por primera vez en seis años. La competitividad no mejorará en el país porque la tendencia desde los años 2001, 2002 y 2003 en la relación del tipo de cambio real con países como Colombia es cada vez más negativa para el Ecuador.

Precisamente con Colombia hemos perdido la capacidad competitiva en el orden del 26%». Los actuales indicadores del Ecuador no muestran que la economía nacional esté creciendo, la tendencia más bien es a la contracción y la recesión. Y esto se debe a que desde 1981 se han aplicado un total de 14 programas macroeconómicos y se han firmado 10 Cartas

de intención con el Fondo Monetario Internacional (FMI), generando en el país, no desarrollo, sino atraso y dependencia.”¹⁰

2.1.2.2 Factor Político

“La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Perú y Chile. 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. Ese mismo año se creó la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), con sede en Quito, y cuyo primer Secretario General es el ex Presidente ecuatoriano Rodrigo Borja Cevallos. También se ha estado negociando la creación del Banco del Sur, con seis otras naciones sudamericanas”¹¹

2.1.3 Microambiente Interno

“La provincia de Esmeraldas, es sin duda alguna, tierra de muchas tradiciones. Con su gente alegre y trabajadora, la “Provincia Verde”, como también se la denomina, gracias a sus valles coloridos y a su extensa flora, se ha vuelto un lugar acogedor para propios y extraños, quienes desean conocer más, sobre esta tierra llena de magia y cultura.

La provincia de Esmeraldas está localizada en el extremo noroccidental de la República del Ecuador, tiene un área de 17.807 Km² equivalente al 6.3% del territorio

¹⁰ Demografía de Ecuador – [EN LINEA] – Aut desconocido // www.poecuador.com.ec

¹¹ Política de Ecuador – [EN LINEA] – Aut desconocido // www.poecuador.com.ec

nacional, limita al norte con la República de Colombia, al sur con las provincias de Manabí y Pichincha, al oeste con el Océano Pacífico, y al este con las provincias de Carchi e Imbabura.¹²

2.1.3.1 Factores Demográficos

“El Cantón Esmeraldas es el centro generador de la economía provincial y sus actividades derivadas, ya que en él están concentrados la Refinería estatal, la Termoeléctrica, Puerto Pesquero Artesanal, Puerto Comercial Internacional, Puerto Petrolero, está atravesada por el Oleoducto y Poliducto y toda la actividad bancaria en general.

TABLA 5

Extensión	1.338,67 km ²
Población	189.509 habitantes (2010)

Fuente: www.esmeraldas.gob.ec

Elaborador por: Autor

La cabecera del Cantón concentra la mayor cantidad de habitantes, 85.42% de la población cantonal, y las parroquias rurales suman el 14.58%. El 42.1% de la población es afro ecuatoriana y negra. Está compuesta por hombres y mujeres de los cuales el 51, 4% son mujeres y el 48,6% son varones; y más del 50% está comprendida en el rango de 27 años.¹³

¹² Esmeraldas información – [EN LINEA]- Aut. Desconocido // www.esmeraldas.gob.ec

¹³ Factores demograficos – [EN LINEA]- Aut. Desconocido // www.issuu.com

2.1.3.2 Condiciones Económicas

La estructura económica esencial del cantón Esmeraldas la marca la Población Económicamente Activa PEA que para el 2010 corresponde a 74.701 personas de las cuales 44.311 son hombres y 30.390 son mujeres, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios.

“Según los datos analizados del INEC en el 2010, el sector de servicios es el más representativo a nivel cantonal con el 52,30%, con sus principales actividades de “comercio al por mayor y menor”, enseñanza, administración pública y transporte, esto evidencia la tendencia de crecimiento a las zona urbana con el establecimiento de locales, infraestructura educativa y red vial dentro del casco urbano, haciendo que los tipos de ocupación de la población a nivel cantonal sea el de trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado”¹⁴.

“El sector de industrias que representa el 12.70%, está relacionado con las principales actividades en la industria manufacturera que está ubicada en sur del casco urbano con la instalación de la refinería de esmeraldas, el oleoducto y la empresa CODESA, que tienen el principal tipo de ocupación que es el de ser empleado privado, y la otra actividad que es en la construcción, esto se concentra en las áreas periféricas urbanas donde están construyéndose conjuntos habitacionales que utilizan la mano de obra de personas que viven en los sectores rurales especialmente de Vuelta Larga y San Mateo, esto ha ocasionado que parte de esta población con vocación netamente agrícola, dejen sus actividades ancestrales y formen los asentamientos urbano-marginales de la ciudad.

¹⁴ Factores económicos – [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.issuu.com

Esmeraldas, posee un tesoro en su gastronomía. Esta provincia, cuenta con una cocina exquisita, tanto en mariscos, platos típicos de la zona, como en la elaboración de dulces tradicionales, como la cocada, Este dulce tradicional esmeraldeño, es conocido y comercializado durante muchos años ya, en el Ecuador. En la mayoría de casos, son los propios nativos de Esmeraldas, quienes venden y dan a conocer este dulce, recorriendo terminales terrestres, buses de transporte público, playas, mercados, etc. Sin lugar a dudas, la cocada, ha consolidado su mercado de manera eficaz con el pasar del tiempo, siendo un producto popular, sus mercados son limitados y su venta se limita a sus mercados.

El sector agropecuario representa el 8.8 %, que está relacionado con las actividades agrícolas, ganaderas, y pesca, actividades que no se realizan en el área urbana y en sus zonas periféricas, en cambio se concentran en todas las parroquias, esto se debe a que las condiciones ambientales, culturales y productivas de sus terrenos permiten que continúen trabajando en sus localidades.¹⁵

Sectores y actividades de ocupación de la población cantonal.

TABLA 6

SECTOR AGROPECUARIO	
Actividad	P.E.A %
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	8.8
SUBTOTAL	8.8
SECTOR INDUSTRIAS	
Actividad	P.E.A %
Industrias manufactureras	5,40

¹⁵ Esmeraldas al mundo – “[EN LINEA] Aut. Desconocido // http://www.hdtc.gob.ec/hdtc/images/PDF/plan_estrategico_2015.pdf

Construcción	5.70
Explotación de minas y canteras	0,70
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,50
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	0,40
SUBTOTAL	12.70
SECTOR SERVICIOS	
Actividad	P.E.A %
Comercio al por mayor y menor	15.40
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3.60
Administración pública y defensa	5,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1,20
Enseñanza	9.20
Actividades de la atención de la salud humana	2,60
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,70
Actividades de los hogares como empleadores	3,50
Actividades financieras y de seguros	0.40
Actividades inmobiliarias	0,10
Artes, entretenimiento y recreación	0,60
Información y comunicación	0.80
Transporte y almacenamiento	5,0
Otras actividades de servicios	2.20
SUBTOTAL	52.30
OTROS	
Actividad	P.E.A %

No declarado	16.20
Trabajador nuevo	10.00
SUBTOTAL	26.20
TOTAL	100.00

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos, (INEC, 2010)

Elaborado por: autor

2.1.3.3 Factores Políticos y legales

“Existen políticas internas en el Ecuador que pueden afectar tanto positiva como negativamente los negocios del país.

El gobierno nacional de la revolución ciudadana y el ministerio de agricultura ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP), enmarcado en sus políticas sectoriales, ha priorizado a los sectores menos favorecidos para actuar positivamente en un programa de mejoramiento de las capacidades de los hombres y mujeres del campo.

Este programa tiene como objetivo formar a nuevos ciudadanos rurales para que tengan un conocimiento crítico de la situación nacional, conozcan sus derechos y obligaciones, exijan respeto a sus conocimientos locales o ancestrales e inciden en las decisiones que se tomen para resolver los problemas agropecuarios (INCCA), como los productores de coco, que se ubican la mayoría en la zona rural de la provincia de esmeraldas.”¹⁶

¹⁶ Esmeraldas, política y cultura – [EN LINEA] // WWW. MAGAP.COM.EC

2.2 Análisis de la Industria

2.2.1 Antecedentes Generales y Evolución de la Industria

“Sin lugar a duda, la cocada es el dulce tradicional más conocido de la provincia de Esmeraldas. En la actualidad se comercializa en cada rincón del Ecuador, invitando a propios y a extraños a deleitar su delicioso sabor que vive ya en el paladar de quienes lo han probado. La cocada se ha convertido en el sustento económico de muchas familias de la “Provincia Verde” a lo largo de su extensión territorial, aunque donde más se genera su producción es en la ciudad de Esmeraldas y en las playas de Tonsupa, Atacames y Súa. La producción de este dulce en la ciudad de Esmeraldas es prácticamente ancestral. Su elaboración ha sido proveniente de generación en generación, haciendo de esta manera, que se considere a la cocada como tradición Esmeraldeña.

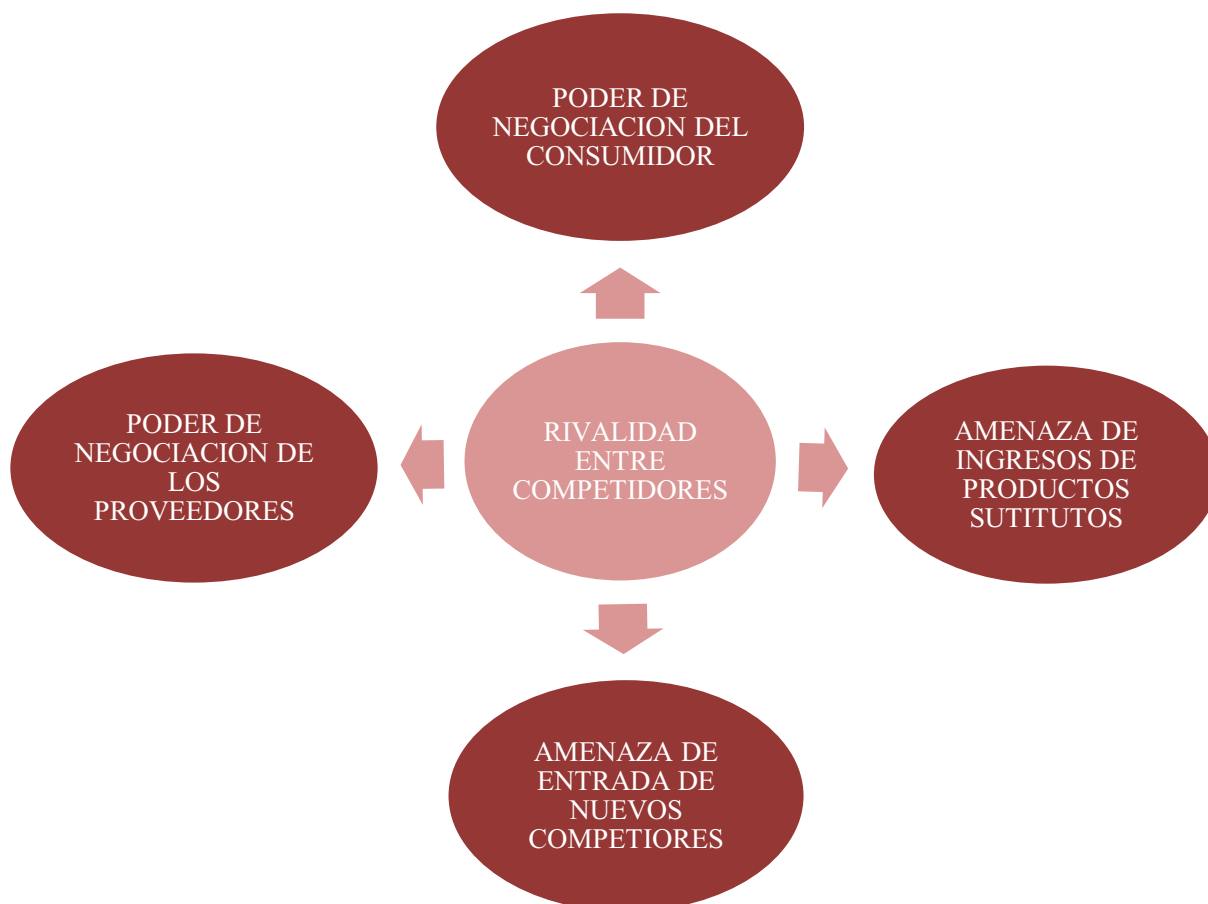
Según, el Sr. Bolívar Ortiz y su Sra. Esposa María Emilia Ortiz Quintero, quienes elaboran la cocada en su hogar ubicado en la ciudad de Esmeraldas, en el barrio Juventud Progresista, este dulce típico por más de 40 años necesita mínimo de 5 personas para la elaboración de este producto, personas que por lo general suelen ser miembros de la misma familia y, que en dentro de un gran ambiente de trabajo, todos colaboran para darle un buen sabor y una buena presentación al dulce, antes de que estos salgan a la venta.

Los fabricantes de este dulce en Atacames, en la temporada playera, entre julio y agosto, sus ventas aumentan en un 70%, con relación al resto del año, esto debido a la Gran cantidad de gente y turistas que visitan estas Costas esmeraldeñas.¹⁷

¹⁷ La industria de la cocada – [En línea] – Aut. Desconocido // www.municipiodesmeralda.gob.ec

2.2.2 Análisis estructural del sector industrial, 5 fuerzas de porter

Grafico 1



Fuente: monografías.com

Elaborado por: autor

Poder de Negociación del Consumidor:

Por ser la cocada un producto nuevo en un mercado extraño, el cliente tendrá la libertad de escoger si comprar o no, tomando en cuenta la imagen, el precio y calidad del producto.

Es por este motivo que el poder de negociación la tienen los consumidores, al no ser este un producto de primera necesidad.

Poder de negociación de los proveedores:

Dentro del mercado de la cocada no existe uno sino varios grupos asociados que producen este dulce. Esto permite que el poder de negociación de los proveedores sea baja ya que se puede obtener el producto a buen precio, con mejores plazos de entregas, compensaciones y formas de pago.

Amenaza de entrada de nuevos competidores:

Hasta el momento no se conoce un competidor clave que represente una amenaza para nuestro producto por eso la amenaza de entrada de nuevos productos es media, ya que existe son productos similares mas no la cocada en sí.

Amenazas de ingresos de productos sustitutos

Existe una variedad de productos de confites provenientes de diversos países, de diferentes marcas, precios, y calidad, debido a esto la amenaza de ingresos de productos sustitutos sería alta.

Rivalidad entre Competidores

Al no existir grandes productores de cocadas, y al no ser este un producto competitivo, la rivalidad entre competidores es baja, puesto que en el mercado donde se quiere llegar no existen empresas que comercialicen la cocada, pero si productos sustitutos

2.2.3 Identificación y Caracterización de la Competencia Incluidas sus Estrategias.

Imagen 1



Barritas de Cocadas Envinadas, parte de sus ingredientes es el brandi y las almendras, esto lo hace atractivo para el consumidor.

Este producto se lo puede encontrar en tiendas, kioscos y cafés de la ciudad.

Fuente: www.confites.com/cocadas

Imagen 2



Dulces del valle, presenta un snack de cocada colombiana, que posee altos estándares de eficiencia y calidad, a un excelente precio.

Esta cocada es comercializada en 2 presentaciones y con variadas ofertas y descuentos.

Fuente: www.dulcesdelvalle.com

Imagen 3



Productos de la Línea Santa Helena Cero Azúcar , nos da a conocer su cocada cero azúcar, que enriquece la alimentación y trae más calidad de vida al público en general.

Un producto innovador que se vende en los grandes supermercados e hipermercados de la ciudad.

Fuente: www.santahelena.com

Imagen 4



Ofrece cocadas en forma de galleta de excelente calidad, comprometida en deleitar con cariño y calidez a los consumidores.

Esta empresa se caracteriza por estar siempre deleitando a los consumidores, que ingresan a algún supermercado.

Fuente: www.santaelena.com

2.2.4 dimensionamiento de la oferta actual y potencial

Importaciones de dulces de coco en TM

TABLA 7

	2010	2011	2012	2013	2014
Producción	3464.3	3687.45	3830	4043.32	4450.54
Nacional					
Importaciones	78.184	83.902	78.437	82.245	79.551
Exportaciones	121.743	135.062	136.914	144.776	142.701

Fuente: trademap, eurostat

Elaborado por autor

Consumo nacional aparente (CNA)

TABLA 8

	2010	2011	2012	2013	2014
Producción Nacional	3464,3	3687,45	3830	4043,32	4450,54
Importaciones	78,184	83,902	78,437	82,245	79,551
Exportaciones	121,743	135,062	136,914	144,776	142,701
CNA	3420,741	3636,29	3771,523	3980,789	4387,39
CNA (Dulces de Coco) 40%	1368,2964	1454,516	1508,6092	1592,3156	1754,956

TABLA 8

Años	X	CNA (Y)	X.Y	X²
2010	-2	1368,2964	- 2736,5928	4
2011	-1	1454,516	-1454,516	1
2012	0	1508,6092	0	0
2013	1	1592,3156	1592,3156	1
2014	2	1754,956	3509,912	4
TOTAL		7678,6932	911,1188	10
	a =	1535,73864		
	b =	91,112		

Años	X	CPC (Y)
2015	3	1809,07428
2016	4	1900,18616
2017	5	1991,29804

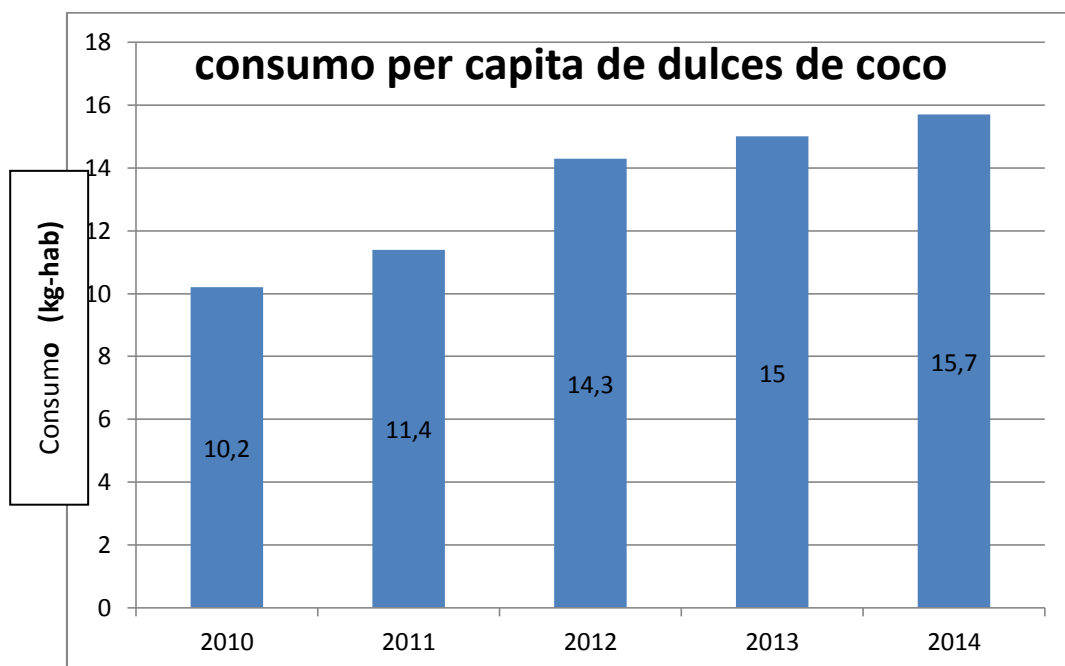
Elaborado por: autor

2.2.5 Identificación y Caracterización de la Demanda

Consumo per cápita del producto

Dulces de coco

GRAFICO 2



Fuente: trademap
Elaborado por: autor

El consumo per cápita de dulces de coco aumenta en razón de 1,5 kg/hab cada año

2.2.6 Dimensionamiento de la demanda actual y potencial

CONSUMO DE DULCES DE COCO

TABLA 9

Años	X	CPC (Y)	X.Y	X ²
2010	-2	10,2	-20,4	4
2011	-1	11,4	-11,4	1
2012	0	14,3	0	0
2013	1	15	15	1
2014	2	15,7	31,4	4
TOTAL		66,6	14,6	10

$$a = 13,32$$

$$b = 1,46$$

$$Y = 13,32 + 1,46X$$

Años	X	CPC (Y)
2015	3	17,7

Tasa de crecimiento poblacional 0.30%

Tabla 10

AÑO	POBLACIÓN	CONSUMO PER CÁPITA	CONSUMO ANUAL (Kg)	CONSUMO ANUAL (Tn)
2014	16.864.000	15,7	264.764.800	264.765
2015	16.914.592	17,7	299.388.278	299.388
2016	16.965.336	17,7	300.286.443	300.286
2017	17.016.232	17,7	301.187.303	301.187
2018	17.067.280	17,7	302.090.864	302.091

Elaborado por: autor

2.2.7 Análisis FODA

2.2.7.1 Análisis Frente Externo

Oportunidades

- El gobierno permite facilidades de financiamiento para los exportadores pequeños y medianos.
- Tratados económicos, como la Unión Europea, sistema de preferencias arancelarias
- Varios proveedores, lo cual nos permite negociar y beneficiar a ambas partes.

Amenazas

- No es un producto de primera necesidad, por lo tanto su demanda es variable.
- Presencia en el mercado de productos sustitutos.

2.2.7.2 Análisis Frente Interno

Fortalezas

- Producto de excelente calidad
- Producto novedoso para el país de destino.
- Personal capacitado
- Fuentes de trabajo
- Producto innovador
- Precios competitivos.
- Tecnología e infraestructura adecuadas

Debilidades

- Empresa nueva
- Elevado costo de transporte al país de destino (Holanda)

2.3 Planteamiento estratégico

2.3.1 Visión y Misión

2.3.1.1 Visión

Satisfacer las necesidades del mercado, ofreciendo un producto 100% Ecuatoriano, con altos estándares de calidad, mediante la continua innovación en productos, proceso y gestión, de tal manera que la apertura comercial abra las puertas a nuestra industria alimenticia.

2.3.1.2 Misión

Nuestra misión es exportar la cocada esmeraldeña al mercado Europeo comenzando principalmente por Holanda, satisfaciendo las necesidades del cliente, a precios competitivos y mejora continua en la comercialización de productos alimenticios, manteniendo y promoviendo un alto compromiso con proveedores, personal y clientes.

2.3.2 Objetivos Estratégicos

2.3.2.1 Financieros

Volumen

Se mantendrá un control continuo del volumen de ventas mensuales, para poder analizar si la empresa está cumpliendo con los parámetros establecidos de rentabilidad.

Estabilidad

Promover nuestro producto con buenos precios calidad e imagen que permita mantener la estabilidad de la misma.

Rentabilidad

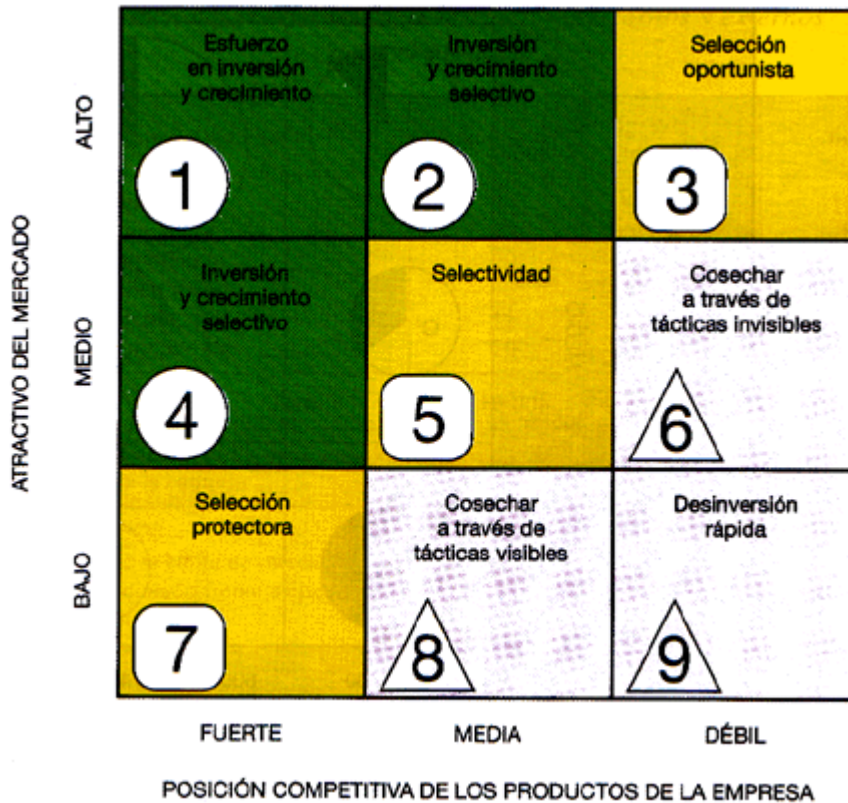
Estar pendiente de las amenazas financieras que pueda enfrentar la empresa, como la inflación, tasas de interés. Para establecer contingencias que controlen el riesgo de las inversiones y su rentabilidad.

2.3.3 Estrategias

2.3.3.1 Cartera de Productos

2.3.3.1.1 matriz atractivo – competitividad

IMAGEN 5



Fuente: <http://ficherovirtual.cl/>

Se utilizará la estrategia de inversión y crecimiento selectivo en la grafica se muestra en el cuadro 2 ya que la cocada cuenta con un mercado muy atractivo, por tal motivo se proveerá de todos los recurso

Es necesario para que la cocada se convierta en dulce muy apetecido en el mercado Holandés

2.3.3.1.2 Matriz BCG: Estrellas, vacas lecheras, interrogante, pesos muertos

IMAGEN 6

Tasa de crecimiento de la industria y/o del mercado



Participación relativa en el mercado

Al ser la cocada un producto nuevo en el mercado, su ubicará en el cuadrante de dilema ya que posee altas posibilidades de crecimiento y desarrollo comercial. Se dotara de todos los recurso necesarios para que la cocada sea uno de los productos mas consumidos en el mercado de Ámsterdam

2.3.4 Estrategias genéricas de desarrollo

2.3.4.1 Diferenciación

Esta estrategia consiste en hacer del producto, en este caso de la cocada algo único, hacer algo diferente, que llame la atención ante los ojos de los clientes, utilizando técnicas que mejoren la calidad empaque y servicio.

2.3.5 Estrategias de Crecimiento

2.3.5.1 Crecimiento intensivo en el Mercado de Referencia

- Penetración de mercados

Debido a las características específicas de la empresa, se considera la estrategia penetración de mercado esta elección se fundamenta en que la empresa por ser nueva no está en capacidad de invertir recursos en nuevos mercados, ni introducir nuevos productos en el, por lo tanto la mejor alternativa es aprovechar al máximo su mercado meta que a futuro se está estudiando.

2.3.5.2 Crecimiento Integrado en la Industria

- **Estrategia de Integración hacia Arriba**

Generalmente la cocada es un producto hecho artesanalmente con el principal ingrediente que es el coco, este a su vez no se cosecha varios meses durante el año por lo tanto es importante mantener una fuente de aprovisionamiento estratégico que permita a los proveedores disponer de recursos y conocimientos tecnológicos, controlando de esta manera la rentabilidad de la empresa.

2.3.5.3 Crecimiento por Diversificación fuera de la Industria

- **Diversificación concéntrica**

Esta estrategia nos permitirá realizar en el futuro nuevas actividades tanto comerciales como tecnológicas, fuera de nuestro mercado habitual, de tal manera que se extienda a un nuevo mercado potencial, teniendo como resultados nuevos grupos de compradores.

2.3.5.4 Estrategias competitivas

- **Estrategia de Líder**

Optaremos por esta estrategia ese será nuestro objetivo principal, ser la empresa # 1 de cocada esmeraldeña en el mercado Holandés, por ser este un producto dilema se obtendría ventajas frente a un producto sustituto.

2.3.5.5 Estrategias de Desarrollo Internacional

- **Ampliar la demanda potencial**

Una vez posesionada nuestra marca y producto en Holanda, se buscara introducir nuestra empresa en nuevos mercados potenciales, haciendo conocer a nuestro país como el mejor productor de cocada.

2.4 Sistema de Valores

2.4.1 Valores finales

- Respeto

Por ser el consumidor y el personal de trabajo quien les dará vida a la empresa se les tratará con mucha amabilidad y respeto, de esta manera a cambio tendremos lealtad por parte de ellos.

- Honestidad

La práctica de la honestidad hará que las relaciones laborales sean más sanas, ya que al decir la verdad nos permitirá mejorar en aquello que estemos haciendo mal.

- Puntualidad

Ser cumplidos con los plazos de entrega del producto y pagos.

- Eficiencia

El trabajo eficiente, estará a la vista con el producto que se va a ofrecer.

- Responsabilidad

Cumplir con los compromisos en el tiempo establecido.

Capítulo 3

3.1 Análisis del mercado de referencia

3.1.1 Tipo y estructura de mercado

3.1.1.1 Tipo de mercado

Holanda es un mercado accesible para el dulce ya que gran parte de sus habitantes son consumidores de estos, el consumidor holandés se deja llevar mucho por la imagen del producto antes de pensar si el sabor será o no de su agrado.

Anualmente se realizan ferias de dulces donde llegan muchos expositores de diferentes países a ofrecer su producto, esperando hacer contacto con algún empresario y así concretar grandes negocios.

3.1.1.2 Estructura de mercado

“Se basa generalmente al ámbito competitivo cuando los compradores y vendedores operan comúnmente. Dado así que reconocemos a Ámsterdam como mercado perfecto ya que al ser la cocada un producto nuevo frente a otros, esto permitirá que las empresas establezcan los precios de sus productos basándose en el mercado objetivo y en sus costos de producción.”¹⁸

¹⁸ Holanda mercados – [EN LIENA] – Aut. Desconocido // : www.ccah.org.ar

3.1.2 Identificación y Análisis de Segmentos de Mercados Objetivos

El mercado objetivo que se ha elegido para la exportación y comercialización de la cocada esmeraldeña es la ciudad de Ámsterdam.

- **Segmentación Demográfica**

Edad: desde los 8 años de edad en adelante

Sexo: hombres y mujeres

Ocupación: indistinta

Nacionalidad: nacionales y extranjeros

Clase social: media y media alta

Escolaridad: primaria y secundaria

- **Segmentación Geográfica**

Ciudad: Ámsterdam

Tamaño de la ciudad: 219 km²

Población: 820.500 habitantes

Clima: Templado

- **Segmentación Psicológica**

Personalidad: Autónomo y exigente

Estilo de vida:

Valores: respeto

3.1.3 Identificación y análisis de la competencia directa

Puesto que la cocada es un producto nuevo no se ha determinado una competencia directa, sino más bien lo que si existe es la competencia indirecta que son aquellas empresas que comercializa productos similares o sustitutos tales como:

TABLA 11

	nacionalidad	Precios	Peso
Zahor		2.5 euros	100 gr
Cadburydulciora	Alemania	3 euros	100gr
Ferrero	Italia	1.90 euros	150 gr
Superlekker	España	2.2 euros	100 gr
Dulces del valle	Brasil	2. euros	120gr
Santa helena	Colombia	1.80 euros	100 gr

FUENTE.

Elaborado por: Autor

3.1.4 Factores Críticos de éxito y ventajas competitivos

Uno de los factores más importantes de éxito es que la cocada es un producto dilema según el análisis de la BCG, esto significa que este dulce tiene altas posibilidades de convertirse en un producto estrella.

Presentamos las siguientes ventajas competitivas

- Excelente servicio al cliente
- El producto posee características de éxito en el mercado, ofreciendo beneficios a los clientes.

- Sistema de distribución eficiente, que permita llegar puntualmente al punto de venta.
- La imagen del producto será innovador y atractivo, con el objetivo de llamar la atención del consumidor.
- Producto diferenciado ya que será diferente al resto
- No existirá intermediarios , por lo que se reducirían costos

3.1.5 Demanda insatisfecha del mercado de referencia

TABLA 12

AÑO	OFERTA	DEMANDA	Demanda Insatisfecha
2016	1.900,186	300.286,443	298.386,257
2017	1.991,298	301.187,303	299.196,005

3.1.6 Demanda que atenderá el proyecto

Según la capacidad de producción de la empresa se proyecta que anualmente se comercialicen 362.88 Tn de cocadas.

362.88 tn. Anuales de cocadas

3.2 Plan Comercial

3.2.1 Objetivos del Plan Comercial

Público objetivo

Cuando hablamos de público objetivo nos referimos a las personas a donde queremos que el producto llegue, en este caso a los ciudadanos de Holanda.

3.2.2 Mix de Marketing

3.2.2.1 Auditoria y Estrategia de Producto

3.2.2.1.1 Adaptación o Modificación Requerida

La cocada la vamos adquirir en su estado original, para nosotros darle ese valor agregado que sería el empaque y presentación del producto además de cumplir las exigencias legales que solicita el país de destino.

3.2.2.1.2 Atributos y Beneficios del Producto

“Aporta una baja cantidad de hidratos de carbono y menor aún de proteínas. Así mismo, el coco es rico en sales minerales que participan en la mineralización de los huesos (magnesio, fósforo, calcio) y en potasio. El calcio y el fósforo, también intervienen en la formación de huesos y dientes, y el calcio, colabora además en la transmisión del impulso nervioso y en la actividad muscular normal. Destaca además su contenido de vitamina E, de acción antioxidante y de ciertas vitaminas hidrosolubles del grupo B, necesarias para el buen funcionamiento de nuestro organismo.”¹⁹

¹⁹ La cocada – [EN LINEA]- AUT. DESCONOCIDO M// <http://proycocada.blogspot.com>

3.2.2.1.3 Componentes Centrales del Producto

Los ingredientes que se utilizan, en la elaboración de la cocada, son los siguientes:

1. Cocos.
2. Canela.
3. Miel de panela.
4. Maní.
5. Azúcar.
6. Esencia de Vainilla.
7. Leche.
8. Miel de Abeja.

3.2.2.1.4 Componente de Envase

El embase de la cocada estará compuesto por cartón, este embase estará etiquetado llevara información impresa como información nutricional, característica del producto, logotipo y marca del producto. Presentamos los siguientes tipos de embalajes.

Embase primario consiste en el paquete donde ira la cocada que serán funditas aluminizadas con un peso de 28 gramos.

Embase secundario vendría hacer las cajas de 25 unidades de embase primario con medidas de 20cm de ancho x 15 cm de largo x 5cm de alto

Embalse terciario serian los cartones donde irán 3 x 3 cajas de embalse secundario con medidas de 45cm de largo x 60 cm de ancho y 25 cm de alto

3.2.2.1.5 Componentes de Servicio de Apoyo

Es importante que los exportadores consideren el tipo de transporte que se utilizará y ver la normatividad al respecto, donde para el caso de los contenedores en la Unión Europea, deben venir cajas en pallets de 100 x 120 cm.

3.2.2.2 Auditoria y Estrategia de Precio

3.2.2.2.1 Términos de Venta (Incoterms)

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

Carecen de toda fuerza normativa o legal, obteniendo su reconocimiento de su cotidiano y constante uso a nivel mundial, por lo que para que sean de aplicación a un contrato determinado, éste deberá especificarlo así.

Los INCOTERMS regulan:

- La distribución de documentos.
- Las condiciones de entrega de la mercancía.
- La distribución de los costes de la operación.
- La distribución de riesgos de la operación.

Pero no regulan:

- La legislación aplicable a los puntos no reflejados en los INCOTERMS.
- La forma de pago de la operación

Analizando los diferentes Incoterms se ha escogido a FOB (free onboard) Libre a bordo, por ser el más ventajoso para el vendedor, ya que el producto es entregado en la borda del buque en el puerto de embarque convenido, asumiendo el vendedor los costos terminando la responsabilidad del vendedor, el comprador debe soportar todos los costos incurridos con el fin de la mercadería esta lista para el envío y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto hasta lugar de destino.²⁰

3.2.2.2.2 Partida arancelaria

TABLA 13

Sección IV	productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólico y vinagre, tabaco y sucedáneos del tabaco.
Capítulo 17	Azúcares y artículos de confitería
Partida 17.04	Artículo de confitería sin cacao
Subpartida 17.04.90	Los demás

Fuente: libro arancelario

Elaborado por: Autor

Por sus características incluimos a la cocada en la partida 170490 (artículos de confitería sin cacao incluido el chocolate blanco), ya que según la NANDINA este producto no tiene una partida específica.

²⁰Incoterms conceptos [EN LINEA] – Aut. Desconocido

//: <http://www.monografias.com/trabajos16/incoterms/incoterms.shtml#ixzz3nquCHsSe>

3.2.2.2.3 Impacto del tipo de Cambio en la Fijación del Precio

TABLA 14

	Euro	Dólar
13- marzo del 2015	1	1.06
13- abril del 2015	1	1.06
13- mayo del 2015	1	1.12
13- junio del 2015	1	1.12
13- julio del 2015	1	1.11

Fuente: es.finance.yahoo.com

Elaborado por: Autor

Según es.finance.yahoo.com del 13 de marzo al 13 de julio del 2015 el cambio ha variado 0,05 ctvs.

De dólar

3.2.2.2.4 Fijación del Precio de Venta Unitario (de exportación)

Según los análisis realizados se prevé fijar el precio de 3.36 dólares por cada cajita de cocada.

3.2.2.2.5 Métodos de Cobro/ Pago Internacional

“El método a utilizar será la carta de crédito la cual consiste en un instrumento de pago, sujeto a regulaciones internacionales, mediante el cual un banco (Banco Emisor) obrando por solicitud y conformidad con las instrucciones de un cliente (ordenante) debe hacer un pago a un tercero (beneficiario) contra la entrega de los documentos exigidos, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de crédito. En otras palabras, es un compromiso escrito asumido por un banco de efectuar el pago al vendedor a su solicitud y de acuerdo con las instrucciones del comprador hasta la suma de dinero indicada, dentro de

determinado tiempo y contra entrega de los documentos exigidos. Este instrumento es uno de los documentos más sencillos en su forma y de los más complejos en cuanto a su contenido. Llamada también “Crédito Documentario”, y en algunas ocasiones simplemente crédito.’’²¹

Partes que intervienen:

Ordenante, Comprador, Importador.- Solicita a su Banco la emisión de la carta de crédito, de acuerdo a los términos y condiciones pactados con el beneficiario.

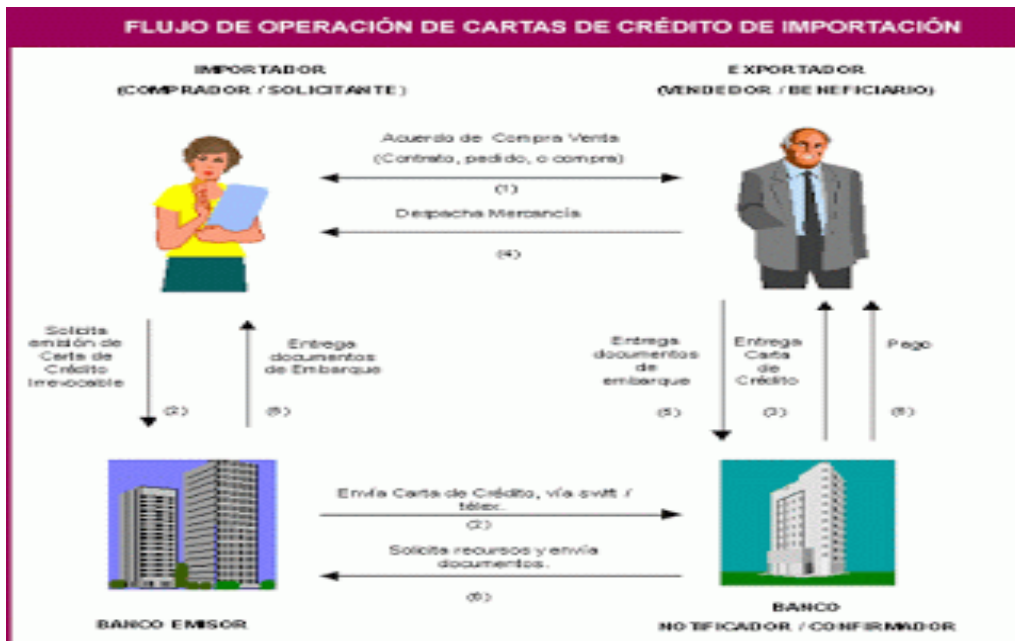
Banco Emisor, Banco del Ordenante.- Emite la carta de crédito por cuenta del ordenante a favor del beneficiario, de acuerdo a los términos y condiciones presentados en la solicitud.

Banco Avisador, Confirmador, Banco Corresponsal.- Banco designado para avisar, confirmar, aceptar, pagar o negociar la carta de crédito a favor de un beneficiario.

Beneficiario, Vendedor, Exportador.- Recibe la carta de crédito a su favor y una vez revisados los términos y condiciones y a su entera satisfacción procede al despacho de la mercancía y a la presentación de los documentos para la negociación.

²¹Carta de crédito – [EN LINEA] - aut. Desconocido // : wikilearn.com

IMAGEN 7



Fuente: wikilearn.com

3.2.2.3 Auditoria y Estrategia de Distribución

3.2.2.3.1 Modo de Transporte

La exportación se realizara por vía marítima, especialmente por los bajos costos, se utilizaran contenedores de 20 pies.

3.2.2.3.2 Puerto/ Aeropuerto de Origen y Destino

Puerto de origen Esmeraldas – Ecuador

El puerto de Esmeraldas está ubicado en el litoral nor-occidental del Ecuador, con acceso directo desde el Océano Pacífico en la línea ecuatorial constituyéndose en uno de los puntos más estratégicos por su situación geográfica ya que es el puerto ecuatoriano más

cercano al Canal de Panamá, lo que se constituye en un elemento de gran beneficio para las compañías navieras por la optimización de tiempo y por ende costos en el manejo de su carga.

Goza de una posición envidiable en el continente sudamericano por su acceso directo del Océano Pacífico a su dársena y muelles, que lo convierte en puerto natural para el tráfico interoceánico de buques de gran calado.

IMAGEN 8



FUENTE: www.proecuador.com.ec

Puerto de destino Ámsterdam.- Holanda.

“Considerado uno de los principales centros internacionales, por su ubicación central y estratégica en Europa, puerto de fácil acceso y excelente comunicación con todos los mercados europeos. El área portuaria es de 4500 Hectáreas. Es un puerto de poca marea con un tiempo de 2.5 horas tránsito por el Canal del Mar del Norte. Es el puerto número uno del mundo en cacao. Combina el “puerto- aeropuerto” más grande de Europa. Es el cuarto puerto más grande de Europa

IMAGEN 9



FUENTE: www.hollanda.com

Cada día pasan por aquí una gran cantidad de barcos, que llegan a transportar más de 350 millones de toneladas de carga, cada año. Todo esto hace que sea uno de los más complicados, a la hora de organizar.²²

²² Puerto de amsterdam – [EN LINEA] - www.viajesahollanda.com/puertos-de-holanda/

3.2.2.3.3 Tipos de Regulaciones de Marcas y Etiquetas

3.2.2.3.3.1 Regulaciones de Marcas y Etiquetas en Holanda

Comprende lo siguiente:

Reglas generales para etiquetas

Según directiva 2000/13/EC(OJ L- 109 06/05/2000)

<http://eurlex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:L:2000:109:SOM:EN:HTML>

Las etiquetas deben contener lo siguiente en inglés u Holandés para productos que sean de consumo final.

- Fecha de durabilidad mínimo
- Lugar de origen
- Lista de ingredientes
- Instrucciones de uso en caso q sea necesario
- Nombre y dirección del importador
- Sustancias que pueden causar alergias deben ser mencionadas explícitamente.
- Unidades de métricas de peso y medidas
- Marcado de origen "hecho en"

3.2.2.3.4 tipo de embalaje requerido

Las cocadas serán embaladas en paquetes de fundas aluminizadas, y en cartones que contendrán 25 unidades de cada una.

IMAGEN 10

DISEÑO DE LA COCADA



3.2.2.3.5 tipo de contenedor o medio de transporte

IMAGEN 11



Se utilizara un contenedor DRY GENERAL de 20 pies.

3.2.2.3.6 Documentación Requerida

Requisitos en la Unión Europea²¹

''Para el análisis de los requisitos necesarios para el ingreso a la Unión Europea, la información presentada es un extracto donde la traducción del inglés al español es nuestra. A continuación se detallan dichos requisitos:

Control de los Contaminantes Alimenticios en Alimentos

Con el fin de garantizar un nivel elevado de protección de los consumidores, las importaciones en la Unión Europea (UE) de productos alimenticios deben cumplir con la legislación de la UE destinada a garantizar que los alimentos colocados en el mercado son seguros para comer y no contienen contaminantes a niveles que podrían poner en peligro la salud humana.

Reglamento (CEE) No.315/93 del 8 de febrero de 1993, por los procedimientos comunitarios para contaminantes en los alimentos (DO L737 13/02/1993)(CELEX 31993R0315), regula la presencia de contaminantes en los productos alimenticios en la UE:

Los alimentos que contienen un contaminante a una cantidad inaceptable desde el punto de vista de salud pública y, en particular a nivel toxicológico, no se colocarán en el mercado de la UE y serán rechazados los niveles de contaminantes para proteger la salud pública.

Reglamento (CE) No.1881/2006 del 19 de diciembre de 2006, se fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios (DO L7364 20/12/2006) niveles (CELEX 32006R1881), establece límites máximos de determinados contaminantes en los alimentos para ser colocado en el mercado de la UE.

Los productos alimenticios mencionados en las diversas secciones del anexo, cuando se coloca en el mercado, no deben contener altos niveles de contaminantes distintos de los especificados en dichas secciones:

Sección 1: fija límites de nitratos en lechugas, espinacas y alimentos infantiles.

Sección 2: fija límites para las micotoxinas diferentes, por ejemplo, los cacahuetes, nueces, frutas secas (como las uvas pasas) y productos derivados, cereales, la leche, los preparados para lactantes, alimentos dietéticos destinados a los lactantes, las especias, jugos de frutas, productos de café, vino, productos de la manzana, los alimentos elaborados a base de cereales para lactantes y niños de corta edad y alimentos infantiles.

Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal

Con el fin de garantizar un nivel elevado de protección de los consumidores, las importaciones de productos vegetales y animales o partes de ellos destinados al consumo humano o en el que los residuos de plaguicidas pueden estar presentes, sólo se permite al cumplir con las garantías establecidas por la legislación de la UE diseñado para controlar la presencia de sustancias químicas y sus residuos en animales vivos, productos animales y productos de origen vegetal²³.

3.2.2.3.7 Tipos de Requisitos Sanitarios

Certificado Sanitario

Es el documento que certificado por los funcionarios de AGROCALIDAD, se deja constancia que el producto a exportar está libre de enfermedades infecciosas, gérmenes, virus etc. etc., que pueden afectar la calidad y la comercialización de los mismos

²³http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu11_01v001/eu/main/req_heafocn_eu_010_1010.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir_de11_01v001/de/main/req_heafocn_de_010_1010.htm&reporterLabel2=Alemania&label=Control+of+contaminants+in+foodstuffs&languageId=es&status=PROD

Certificado Fitosanitario

Es el documento que certificado por los funcionarios de AGROCALIDAD, se deja constancia que el producto a exportar, vegetales en estado fresco o refrigerados están libres de enfermedades infecciosas, gérmenes, virus, plagas, etc., que puedan afectar la calidad y la comercialización de los mismos.²⁴

3.2.2.3.8 Tipos de Requisitos Normas Legales, Calidad y Buenas Prácticas.

Se aplican los siguientes controles: Control de Calidad a la Importación (CONCAL), Inspección Sanitaria de Importación (SANIM), Inspección Fitosanitaria (FITIN), a pesar de la liberación del comercio, el acceso al mercado europeo puede hacerse más difícil debido a la rápida proliferación de reglamentación en el área de repercusiones en las posibilidades de venta de los productos de los países en desarrollo y países en transición, en el mercado de la UE. Dentro de estas reglamentaciones se encuentran: 1) la Marca de la CE; 2) La responsabilidad de producto; 3) ISO 9000; 4) Reglamentación relativa al Medio Ambiente y 5) Etiquetado de Comercio Justo

Marca CE (Conformité Européenne") o de conformidad europea

“La marca CE indica que un producto reúne todos los requisitos esenciales aplicables y que ha superado el procedimiento de evaluación de la conformidad correspondiente.

²⁴ Certificados sanitarios [EN LINEA] – aut. Desconocido // www.micc.gob.ec

Las autoridades nacionales de los países de la UE son responsables de la vigilancia del mercado para asegurar que los productos reúnen los requisitos para ser comercializados en el mercado de la UE. Para ello se pueden realizar controles físicos o documentales''²⁵

ISO 9000

ISO 9000 fue creada para desarrollar normas de calidad para los sectores industriales o de servicios,. Esta norma es muy conocida a nivel internacional ya que puede ser utilizada en organizaciones de cualquier tamaño con el fin de que las empresas creen su propio sistema de calidad.

3.2.2.3.9 Cadena de Distribución

La cadena de distribución consiste en determinar como la cocada llegara hasta el cliente final, quienes son los involucrados en el proceso.

1. La cocada será comercializada en cajas de 25 unidades de 700 gramos.
2. Luego será transportada por vía terrestre hacia el puerto de Esmeraldas y llevado al agente de aduana quien será el encargado de realizar los trámites aduaneros.
3. El agente aduanero coloca el producto en una compañía marítima que la llevara a Holanda.
4. Ya en el puerto de Ámsterdam se realiza la descarga y el producto será llevado a las bodegas.
5. El importado es notificado de la llegada de la mercancía.
6. El importador lleva la mercadería por vía terrestre hacia el lugar de destino (el supermercado).

²⁵Marca CE- [EN LINEA] – aut. Desconocido // <http://exporthelp.europa.eu/>

3.2.2.3.10 Canal de Distribución

El canal de distribución será directo puesto que la empresa ecuatoriana exportara a Holanda (supermercados Albert Heijn) nuestra deliciosa cocada.

3.2.2.3.11 Operativa de Comercio Exterior (tramitología de exportación e importación)

Proceso de Exportación

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

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignate
- 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)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

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

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.²⁶

3.2.2.3.12 Modelos de Comercio Electrónico

Modelo bussines to bussines (B2B)

“El modelo de comercio electrónico es dar servicio de empresas a empresas, generalmente es de mayorista a minorista o autónomos. Dicho modelo B2B son direcciones web destinados al intercambio de productos y servicios entre empresas que pretenden reducir costes entre ellos.

Por tal motivo se creará un portal dedicado solo para productos de la empresa con la finalidad de ubicar el producto. La ventaja e utilizar el internet es que se puede realizar compas en línea y ampliar nuevos horizontes.²⁷

3.2.2.4 Auditoria y Estrategia de Promoción

3.2.2.4.1 Concepto de Posicionamiento

“El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

²⁶ Proceso de exportación – [EN LINEA] – AUT. Desconocido // www.aduana.gob.ec

²⁷ comercio electrónico – [EN LIENA] – Aut. Desconocido - // <http://www.telepieza.com/>

No pueden reevaluar los productos cada vez que toman la decisión de comprar. Para simplificar la decisión de compra los consumidores organizan los productos en categorías; es decir, "posicionan" los productos, los servicios y las empresas dentro de un lugar en su mente. La posición de un producto depende de la compleja serie de percepciones, impresiones y sentimientos que tienen los compradores en cuanto al producto y en comparación de los productos de la competencia.²⁸

3.2.2.4.2 Concepto de Slogan

“Dulce y Sabor Esmeraldeño” este slogan se basa principalmente por la cultura esmeraldeña por su gente y su comida, nada mejor que llevar un poquito de esta cultura a otro mercado, la importancia de esta frase es que esmeradas viaje por el mundo que el holandés sepa que en Ecuador hay una ciudad donde se produce la mejor cocada del país.

3.2.2.4.3 Estrategia de Mix de Publicidad

- Alquilar espacios publicitarios en letreros o paneles ubicados en la vía pública.
- Colocar láminas publicitarias en los exteriores de los vehículos de nuestra empresa.
- Colocar carteles o afiches publicitarios en la fachada del local de nuestra empresa.

3.2.2.4.4 Estrategia de Promociones de Venta

- Dentro de las estrategias de venta podemos mencionar las siguientes:
- Otra estrategia sería que se hicieran sorteos, donde el ganador se puede llevar ordenes de compran.
- También se puede dar cupones de descuentos.

28 Posicionamiento concepto – [EN LINEA] – AUT DESCONOCIDO //http://definicion.de

3.2.2.4.5 Estrategias de Venta Personal

- Se participara en ferias o exposición de negocios.
- Se habilitara un puesto de degustación, con una persona que de información del producto.
- Organizar algún evento o actividad.
- imprimir y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación.
- Anunciar en diarios o en revistas on line
- Anunciar en diarios o en revistas on line

3.2.2.4.6 Estrategia de Medios Interactivos

3.2.2.4.7 Participación en Ferias Comerciales

En GASTVRIJ ROTTERDAM , los visitantes podrán tomar parte en diferentes catas, talleres, demostraciones y sesiones ofrecidas por profesionales de renombre, que nos mostrarán grandes dulces con sabores únicos.

PLMA S World of PrivateLabelAmsterdam: Feria de marcas privadas, Holanda

Se mostrara las últimas novedades e innovaciones del sector en sus diferentes vertientes.

Capítulo 4

4.1 Plan técnico

4.1.1 Capacidad de producción

La capacidad de producción de la empresa será de:

800 cajas de 25 unidades de cocadas cada una de 28 gramos, esto vendría hacer 30 tn toneladas.

TABLA 15

CAJAS	GRAMOS X CAJA	KG.. O TN
43200 mensuales	700gr	30240 Kg o 30 Tn
518400 anuales	700 gr	362880 Kg o 362.88 Tn

4.1.2 Localización

Para determinar el éxito de las operaciones se ha situado a la empresa en una vía de fácil acceso especialmente para los proveedores, la misma que estará ubicada en la vía Atacames – Esmeraldas a un costado de la urbanización Tecnipetrol.

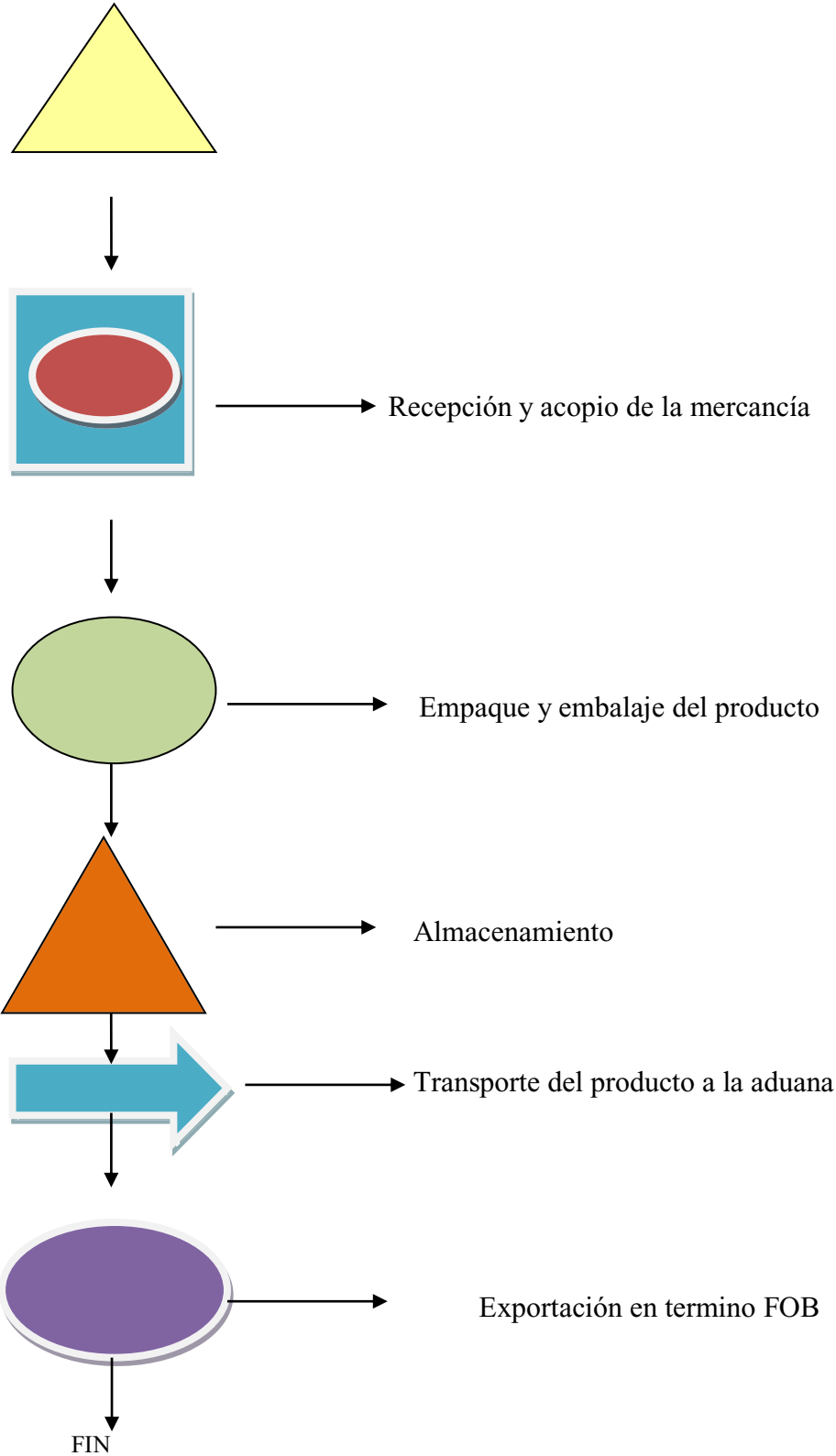
IMAGEN 11



Fuente :www.map.com

4.1.3 Proceso Productivo Operacional

GRAFICO 3



Realizado por: autor

4.1.4 Distribución de Instalaciones- Plano

GRAFICO 4



Elaborado: por Autor

4.1.5 Plan de Abastecimiento de Materia Prima

La empresa que abastecerá de la materia prima será Coco y Sabor la cual está ubicada en Atacames, es una asociación de personas que se dedican a la elaboración de la cocada, está conformada por 50 personas que con esfuerzo han logrado crear su propia empresa.

TABLA 16

\$	Kg.
1.00	Por cada Kg.
30.240 mensual	30240 kg
518400 anual	518400

4.1.6 Abastecimiento de Insumos

Las cajas de cartón que serán utilizadas para el embalaje de mercadería será proporcionadas por la empresa de cartón corrucart, estos serán los encargados de abastecer mensualmente con alrededor de 43200 cajas dependiendo de la producción.

IMAGEN 11



Fuente: www.corrucart.com

4.1.7 Plan de Abastecimiento de Mano de Obra

La empresa requerirá de mano de obra calificada, debiendo pasar por los debidos procesos de calificación se contratara a 5 operarios que se encargaran del almacenamiento y embalaje del producto.

TABLA 17

Cargos	Sueldo	Personal
Operarios	360	5

Realizado por: autor

4.1.8 Plan de Abastecimiento de Tecnología de Producción

Para esto se necesitara un montacargas, que para reducir costos por el momento se lo puede alquilar.

IMAGEN 12



Este montacargas posee sistemas de alta capacidad bajo perfil, y fricción, estos son usados principalmente para mover cargas voluminosas y pesadas.

Precio: \$ 1000.00

IMAGEN 13



La máquina automática empacadora flow pack

puede ser utilizada para el empaque de productos grandes como: galletas, tostadas, pan fideos instantáneos, productos de saneamiento, entre otros.

La velocidad de la máquina puede ser ajustable, esta hace el proceso de empaque, sellado, corte e impresión del número de lote y fecha de vencimiento en la bolsa.

Precio: \$ 3000.00

fuelle: <http://ingemaq.ec/>

4.2 Plan Organizacional

4.2.1 Datos generales de la empresa

La empresa será una sociedad anónima constituida legalmente con el nombre de "EXDECO" estará ubicada en la vía Atacames a un costado de la urb. Tecnipetrol.

Con Ruc 1356787967001

Teléfono: 062564863- 0628345091

Correo electrónico: exdeco.2016@gmail.com

4.2.2 Proceso de toma de decisiones

GRAFICO 5



Identificación del problema

Reconocer cuando se está frente a un problema, que hay que decidir para el mejoramiento de la empresa.

Análisis del problema

Determinar que causo ese problema, cuáles son las consecuencias y juntar toda la información necesaria sobre el mismo.

Evaluación de alternativas

Aquí más bien se estudia las diferentes soluciones o alternativas que existe, cuales serian las ventajas y desventajas de cada una de ellas.

Selección de la mejor opción

Una vez que se analicen cada una de las posibles soluciones al problema, se elegirá la mejor opción que convenga a la empresa.

Poner en prácticas las medidas tomadas

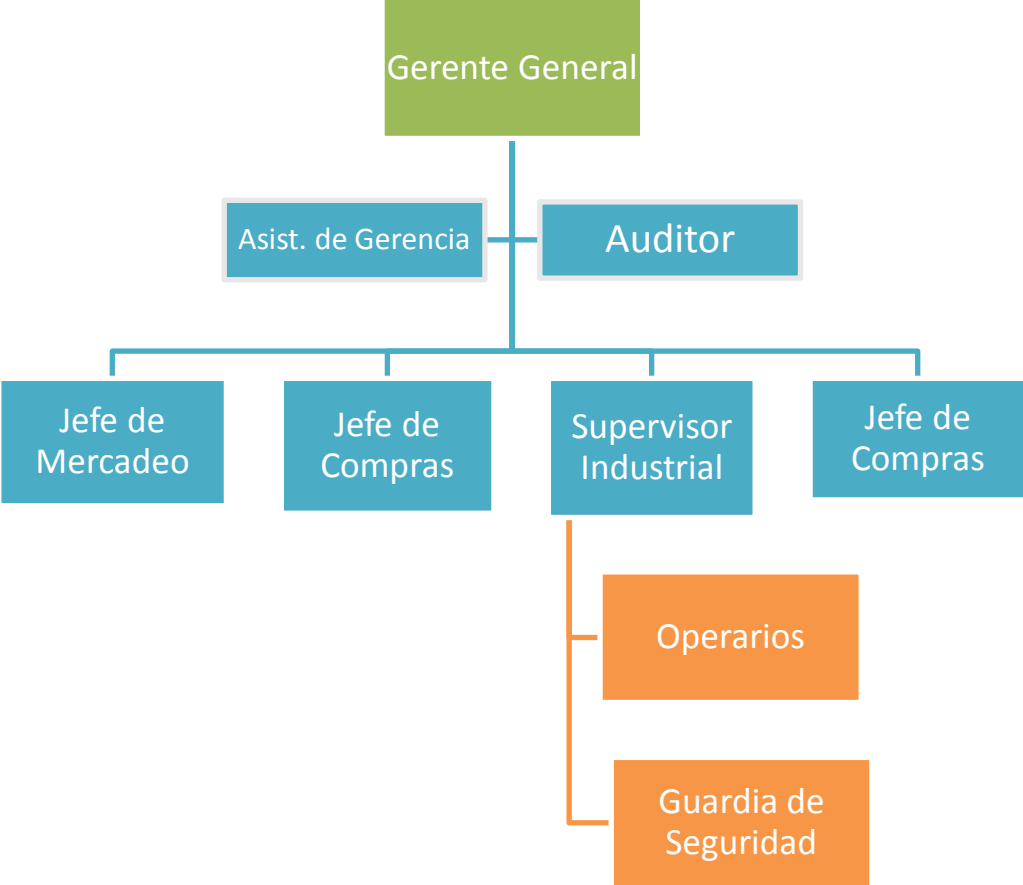
Luego se trabaja poniendo en marcha la decisión tomada y observamos su evolución.

Análisis del resultado

Finalmente se analiza el resultado, considerando si el problema ha sido solucionado conforme a lo previsto.

4.2.3 Arquitectura Organizacional: Organigrama

GRAFICO 6



Elaborado por : autor

4.2.4 Distribución de funciones y responsabilidad

Gerente general: será el representante de la empresa, es la persona indicada para dirigir crear y sustentar, supervisar las funciones de la empresa, aparte de realizar los contactos internacionales para la comercialización de la cocada.

- Asistente de gerencia: es la persona que asistirá al gerente, que realizara llamadas y correos, que estará al pendiente de los ocupaciones y del gerente.
- Auditor: persona que será contratada en la modalidad de servicios profesionales 1 vez al mes o las veces que sean requeridos de acuerdo a los trámites legales que se vaya suscitando en la empresa.
- Jefe de mercadeo y comercio exterior: será la persona encargada de realizar investigaciones de mercado nacional e internacional, así como de planificar promociones y ventas en los mercados externos y manejar el volumen de exportación.
- Supervisor industrial: es la persona que supervisara el trabajo de los operarios, se encargara de manejar el abastecimiento de los insumos y materia prima.
- Jefe de compras: será la persona encargada del trámite de compra del producto.
- Operarios: son las personas que se encargaran realizar el embalaje y empaquetado de la materia prima o de la cocada en si hasta que esté lista para la exportación.
- Guardia de seguridad: será la persona que dará seguridad a las instalaciones de la empresa.

4.2.4 Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas

TABLA 18

Muebles y enseres	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escritorio	6	\$ 150	\$ 900
Sillones	10	\$ 90	\$ 900
archivadores	3	\$ 120	\$ 360
Total			\$ 2160

TABLA 19

Equi. De computo	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Computador	6	\$ 500	\$ 3000
Impresora	3	\$ 60	\$ 180
Total			\$ 3180

TABLA 20

Equi. de oficina	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Maquina de fax	1	\$ 50	\$ 50
Teléfonos	3	\$ 30	\$ 90
Dispensador de agua	2	\$ 100	\$ 200
Nevera	1	\$ 200	\$ 200
Total			\$ 540

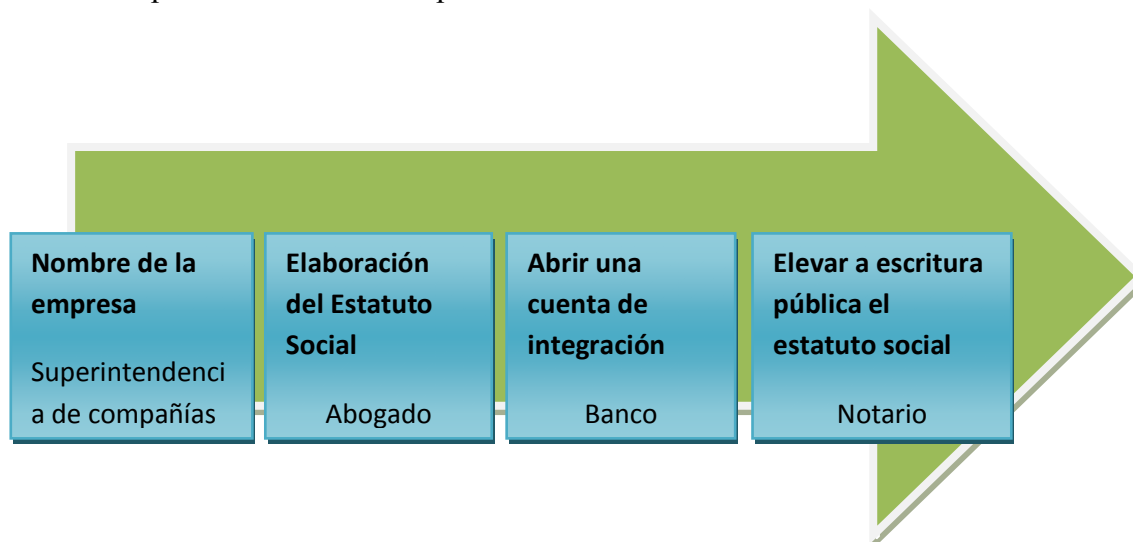
4.2.5 Requerimiento de Personal para Áreas Administrativas

TABLA 21

Cargos	Sueldos	Personas
Gerente	\$1500	1
Asist. De gerente	\$900	1
Auditor	\$800	1
Jefe de comercio exterior	\$1200	1
Jefe de compras	\$1000	1
Supervisor industrial	\$700	1
Guardia	\$400	2

4.2.6 Marco legal relacionado a la operación de la empresa

''Pasos para constituir una empresa:



Nombre de la empresa

Una vez que se tiene el nombre de la empresa en este caso EXDECO se reservara por 30 dias en la superintendencia de compañías, este trámite es gratuito.

Elaborar el estatuto legal

Es el contrato social que regirá la empresa, validado por una minuta firmada por un abogado, según el abogado es el costo en este caso es de \$300

Abrir una cuenta de integración

Esto se lo puede realizar en cualquier banco del país, \$ 5000 es el capital mínimo para la sociedad anónima

Copia de cedula y papel de votación de los socios

Luego de esto, se debe pedir certificado de cuentas de integración de capital”

Elevar a escritura pública el estatuto social

Llevar al notario público la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos. \$35.00



Aprobar el estatuto

Se llevara la escritura pública a la superintendencia de compañías para que la revisen y de esta manera ver si hay algo que corregir o no. Este trámite es gratis

Publicar la resolución aprobatoria

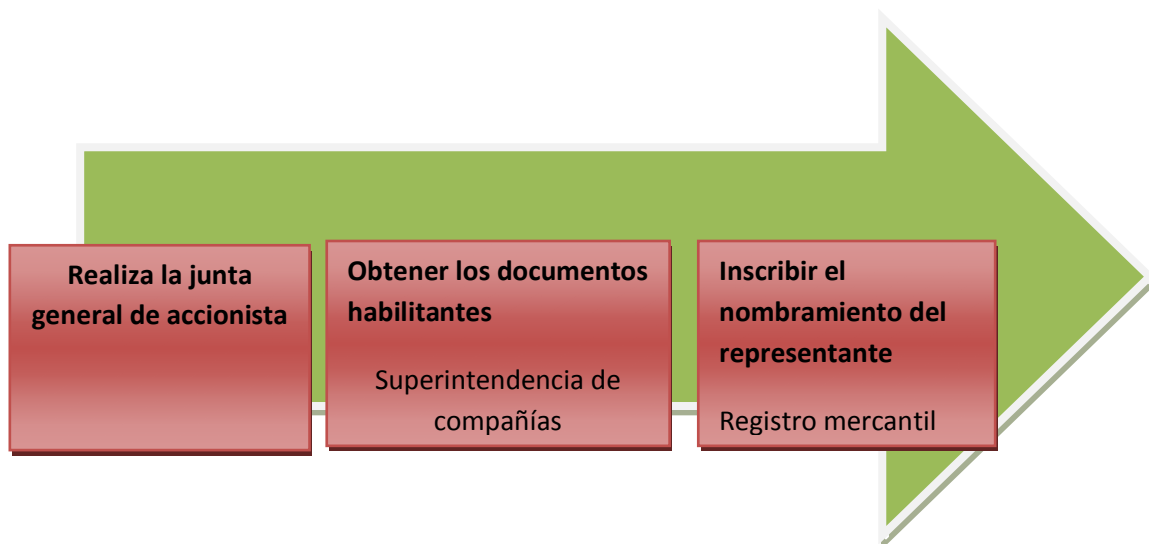
Luego la superintendencia de compañías entregara 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario nacional, este trámite cuesta \$ 16.00

Permisos Municipales

En el municipio de la ciudad donde está la empresa se pagara la patente municipal y se pedirá un certificado de cumplimiento de obligaciones, esto tendrá un costo de \$ 30.00

Inscribir la Compañía

Con todos los documentos antes descritos, se acudirá al registro mercantil donde está la empresa, para inscribir la sociedad. La inscripción costara \$ 100.00



Realizar la Junta General de Accionista

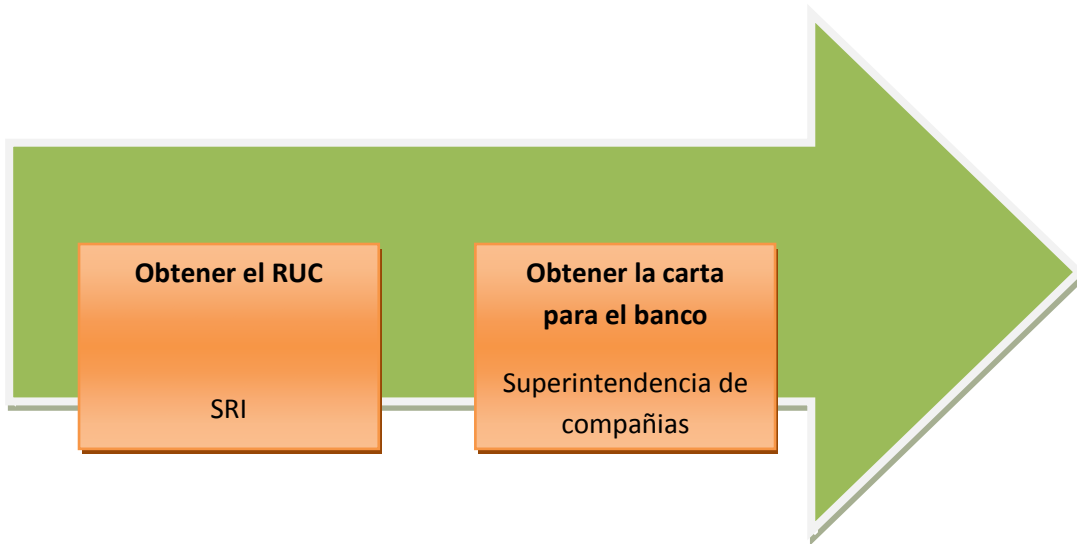
En esta reunión se nombrará al presidente, según los estatutos

Obtener los Documentos Habilitantes

Con la inscripción en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa. Este trámite es gratuito

Inscribir el Nombramiento del Representante

En el Registro Mercantil, se inscribirá el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación. Esto tiene un costo de \$50.00



Obtener el RUC

Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

Obtener la carta para el banco

Una vez que se obtenga el RUC, la superintendencia de compañías entregará una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para que se pueda disponer del valor depositado.

Cumplido estos pasos la compañía está lista para entrar en funcionamiento²⁹

²⁹ Pasos para crear una empresa [EN LINEA] – Aut. Desconocido -- <http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>

4.2.7 Puesta en marcha

La empresa EXDECO iniciará sus operaciones normales a partir del año 2016, durante este tiempo se seguirán haciendo investigaciones, se concluirán negociaciones, se contratará personal, se los capacitará, construcción de obras, instalación de maquinarias y equipos entre otros procesos que permitirá el éxito de dicha empresa.

4.2.8 Plan de salida

El plan B de nuestra empresa sería en el caso de que no funcione como tenemos proyectado o como esperamos, la mejor alternativa sería buscar nuevos productos para ser comercializados en nuevos mercados internacionales.

Capítulo 5: Plan Financiero

5.1 Objetivos del Capítulo

El objetivo de este capítulo es evaluar la financieramente el proyecto, por lo tanto lo que se pretende demostrar es cuán rentable sería la empresa EXDECO, de igual manera su capacidad económica, según los análisis de las proyecciones de los estados de la empresa.

5.2 Horizonte de Tiempo del Plan Financiero

El proyecto será evaluado por 5 años.

5.3 Plan de Inversión

5.3.1 Inversiones en Activos Fijos

La inversión en activos fijos total asciende a \$ 9980.

TABLA 22

Inversión de activos fijos	
Muebles y enseres	2160
Equipo de computo	3180
Equipo de oficina	540
Maquinaria	4000
Total	9880

5.3.2 Inversión en activos diferidos

En el siguiente cuadro se detalla todos los costos de inversión en la constitución y legalización de la empresa para su correcto funcionamiento.

TABLA 23

Inversiones en activos diferidos	
Constitución legal de la empresa	
Estatuto legal	\$ 300,00
Cuenta de integración	\$ 5.000,00
Notaria	\$ 35,00
Publicación de resolución	\$ 16,00
Permisos municipales, inscripción de compañía	\$ 30,00
Inscripción de la compañía	\$ 100,00
Inscripción del nombramiento del representante	\$ 50,00
Costo del estudio del proyecto	\$ 3.000,00
Total	\$ 8.531,00

5.3.3 Inversión en capital de operación

Para la operación de la empresa se necesitara un capital de \$61.589 que serán utilizados en la compra del producto, pago de sueldos y servicios básicos durante los primeros 3 meses de operación de la empresa.

5.3.4 Flujo de depreciación de activos y diferidos

''La depreciación es la pérdida o disminución del valor de un activo fijo debido al uso, a la acción del tiempo o a la obsolescencia. La depreciación tiene por objeto ir separando y acumulando fondos para restituir un determinado bien, que va perdiendo valor por el uso.'''³⁰

TABLA DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJO Y DIFERIDOS

TABLA 24

<i>Detalles</i>	<i>Valor Contable</i>	<i>Vida Contable</i>	<i>Valor Residual</i>	<i>Depreciación Año 1</i>	<i>Depreciación Año 2</i>	<i>Depreciación Año 3</i>	<i>Depreciación Año 4</i>	<i>Depreciación Año 5</i>	<i>VALOR DE DESECHO</i>
Muebles y enseres	\$ 2.160,00	10	\$ 280,80	\$ 187,92	\$ 187,92	\$ 187,92	\$ 187,92	\$ 187,92	\$ 1.220,40
Equipo de computo	\$ 3.180,00	3	\$ 699,60	\$ 826,80	\$ 826,80	\$ 826,80			\$ 699,60
Equipo de oficina	\$ 540,00	10	\$ 108,00	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 324,00
Maquinaria	\$ 4.000,00	10	\$ 1.600,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.800,00
Activos diferidos	\$ 8.531,00	5	\$ 0,00	\$ 1.706,20	\$ 1.706,20	\$ 1.706,20	\$ 1.706,20	\$ 1.706,20	\$ 0,00
TOTAL DE DEPRECIACION ANNUAL				\$ 3.004,12	\$ 3.004,12	\$ 3.004,12	\$ 2.177,32	\$ 2.177,32	\$ 5.044,00

Elaborado por: autor

³⁰depreciación [en línea] - aut desconocido // monografias .com : <http://www.monografias.com/trabajos69/depreciacion-perdida-valor-bien/depreciacion-perdida-valor-bien.shtml#ixzz3nto5F7In>

5.4 Plan de Financiamiento

5.4.1 Estrategia de financiamiento

Se contará con un capital propio de 20.000 y 60.000 proveniente de un préstamo bancario

TABLA 25

Capital Propio	Préstamo
20000,00	60000,00
25%	75%

5.4.2 Tabla de Amortización

“La amortización es distribuir el costo de una inversión como gasto a lo largo de los períodos en que esa inversión va a permitir obtener ingresos³¹. en este caso la deuda es de 60000 que serán amortizados en 5 años.

TABLA 26

Periodos	Saldo Inicial	Cuota	Interes	Capital	Saldo Final
0					
1	60.000,00	15.827,85	6.000,00	9.827,85	50.172,15
2	50.172,15	15.827,85	5.017,22	10.810,63	39.361,52
3	39.361,52	15.827,85	3.936,15	11.891,70	27.469,82
4	27.469,82	15.827,85	2.746,98	13.080,87	14.388,95
5	14.388,95	14.388,95	1.438,90	12.950,06	0,00

³¹definición de amortización- [en línea] - aut desconocido // <http://www.gestiopolis.com/que-es-amortizacion/>

5.4.3 Tasa de Descuento o costo promedio ponderado (WACC)

El WeightedAverageCost of Capital (WACC) o Costo del Capital Medio Ponderado, es la tasa de descuento que suele emplearse para descontar los flujos de fondos operativos para valorar una empresa utilizando el descuento de flujos de efectivo³².

Formula del WACC

$$WACC = (We * TMAR) + (Wd (1 - Ti) i)$$

- We = % Aportación capital propio
- TMAR = % que desean ganar los accionista como mínimo
- Wd = % aportación de terceros (banco)
- Ti = % tasa de impuesto fiscal
- I = % tasa de interés que pone el banco

$$TMAR = \text{Tasa de inflación} + \text{riesgo país} + \text{tasa sin riesgo}$$

Datos

We	25,00%
TMAR	21,29%
Wd	75,00%
Ti	33,70%
I	10,00%

$$(1 - Ti) R // = 0,663$$

	T.deinflacion	riesgo país	tasa sin riesgo
	4,14	12,99	4,16
TMAR =	21,29		

$$WACC = 10,30\%$$

³² Que es el wacc - [EN LINEA] - aut. Desconocido // <http://www.encyclopediainfinanciera.com/analisisfundamental/valoraciondeactivos/formula-wacc.htm>

5.5 Proyecciones de ingresos operacionales

5.5.1 Proyecciones de las ventas (unidades)

Según la capacidad de la empresa y según las negociaciones realizadas se prevé enviar para el primer año una cantidad de 9600 cartones, cada cartón contiene 54 cajas de 25 unidades de cocadas, cada cajita tiene un peso de 700 gr. Por ende cada cartón tiene un peso de 37800 gr. Que significa que en el primer año se enviara a Holanda 362880 kg de cocadas.

TABLA 27

proyección de las ventas					
	año 1	año 2	año 3	año4	año5
cantidad a enviar (cartones)	9600,00	11000,00	15000,00	18400,00	20050,00
peso por unidad (cajitas g)	700g	700g	700 g	700 g	700 g
peso por carton	37800	37800g	37800g	37800g	37800g
peso en kg. Anual	362880	415800	567000	695520	757890

5.5.2 Proyección de los Precios

El precio del producto será de \$ 3,36 por cajita que en un cartón seria \$ 181.44 , tal precio se mantendrá durante el periodo de 5 años .

precio x cajitas	3,36
1 carton = 54 cajitas	54
Total	181,44

TABLA 28

proyección de los precios

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
precio por unidad/ cajita	3,36	3,36	3,36	3,36	3,36
precio por carton	181,44	181,44	181,44	181,44	181,44

5.5.3 Proyección de los ingresos

Según lo antes mencionado para el primer año se proyecta obtener ingresos de \$ 1.741.824,00 y así mismo ingresos superiores para los siguientes años.

TABLA 29

proyección de los ingresos

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
cantidad a enviar (cartones)	9600,00	11000,00	15000,00	18400,00	20050,00
precio por carton	181,44	181,44	181,44	181,44	181,44
total de ingresos proyectados	1.741.824,00	1.995.840,00	2.721.600,00	3.338.496,00	3.637.872,00
	0	0	0	0	0

5.6 Proyección de costos y gastos operacionales

5.6.1 Proyección de costos operacionales

5.6.1.1 Materia prima directa

La materia prima directa en este caso sería lacocada, cuyo costo por kilo sería de 3,05 que sería en promedio \$3000 la tonelada para el primer año.

TABLA 30

	Costo tm \$	Costo total Año 1	Costo total Año 2	Costo total Año 3	Costo total Año 4	Costo total Año 5
Materia Prima Directa	\$ 3.000,00	1.088.640,00	1.247.400,00	1.701.000,00	2.086.560,00	2.273.670,00
MOD		25.348,80	25.348,80	25.348,80	25.348,80	25.348,80
Fundas aluminizadas	\$ 0,03	388.800,00	445.500,00	607.500,00	745.200,00	812.025,00
Cajita para 700g	\$ 0,13	67.392,00	77.220,00	105.300,00	129.168,00	140.751,00
Cartón	\$ 1,10	10.560,00	12.100,00	16.500,00	20.240,00	22.055,00
Total		1.580.740,80	1.807.568,80	2.455.648,80	3.006.516,80	3.273.849,80

5.6.1.2 Mano de obra directa

En esta fase constituye a las personas que van a participar en el proceso de empaquetado y embalaje del producto final, para esto se necesitarán 4 operarios, los cuales trabajarán con todos los beneficios de ley.

TABLA 31

Cargo	Mano de Obra Directa				Aporte al I.E.S.S 11,15%	IECE Y SECAP 1,00%	Vacaciones	Número de empleados	Salario Anual
	Salario Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva					
operarios	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 354,00		\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 200,00	4	\$ 25.348,80
Total	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 354,00	\$ 0,00	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 200,00	4	\$ 25.348,80

5.6.1.3 Gastos Indirectos de Fabricación

Dentro de estos costos están incluidos los servicios básicos, y gastos de publicidad

TABLA 32

Gastos Indirectos de Fabricación		
	Costos Mensuales	Costos Anuales
Agua	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Luz	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Útiles de Oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Mantenimiento	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Marketing		\$ 17.100,00
TOTAL	\$ 2.700,00	\$ 32.400,00

5.6.2 Proyección de Gastos Operacionales

5.6.2.1 Gastos Administrativos

Estos gastos constituyen a los sueldos de personal administrativo de la empresa todos sus beneficios de ley.

TABLA 33

Cargo	Gastos Administrativos				Aporte al I.E.S.S	IECE Y SECAP	Vacaciones	Número de empleados	Salario Anual
	Salario Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	11,15%	1,00%			
Gerente General	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 354,00		\$ 167,25	\$ 15,00	\$ 750,00	1	\$ 22.791,00
Asist. De Gerencia	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 354,00		\$ 100,35	\$ 9,00	\$ 450,00	1	\$ 13.816,20
Jefe de Com. Exterior	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 354,00		\$ 133,80	\$ 12,00	\$ 600,00	1	\$ 18.303,60
jefe de compras	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 354,00		\$ 111,50	\$ 10,00	\$ 500,00	1	\$ 15.312,00
Auditor	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 354,00		\$ 89,20	\$ 8,00	\$ 400,00	1	\$ 12.320,40
supervisor industrial	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 354,00		\$ 78,05	\$ 7,00	\$ 350,00	1	\$ 10.824,60
Guardia de seguridad	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 354,00		\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 200,00	2	\$ 12.674,40
Total	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 2.478,00	\$ 0,00	\$ 724,75	\$ 65,00	\$ 3.250,00	8	\$ 106.042,20

5.6.2.2 Gastos de Marketing y Ventas

TABLA 34

Gastos de Marketing y Ventas	
	Costo Anual
Volantes	1500,00
Revista	3600,00
Ferías	12000
Total	17100,00

5.7 Estados de Pérdidas y Ganancias Projectados

Es un estado financiero que muestra los ingresos de una organización así como sus gastos, durante un determinado periodo. También se llama estado de ingresos y egresos, estado de resultados, estado de ingresos y gastos, estado de rendimientos.³³

TABLA 35

Estado de Pérdidas y Ganancias Projectados

	año 1	año 2	año3	año 4	año 5
(+) ingreso	\$ 1.741.824,00	\$ 1.995.840,00	\$ 2.721.600,00	\$ 3.338.496,00	\$ 3.637.872,00
(-) costo dee venta	\$ 1.580.740,80	\$ 1.807.568,80	\$ 2.455.648,80	\$ 3.006.516,80	\$ 3.273.849,80
(=) utilidad bruta	\$ 161.083,20	\$ 188.271,20	\$ 265.951,20	\$ 331.979,20	\$ 364.022,20
(-) gastos administrativos	\$ 106.042,20	\$ 106.042,20	\$ 106.042,20	\$ 106.042,20	\$ 106.042,20
(-) G.I.F	\$ 32.400,00	\$ 32.400,00	\$ 32.400,00	\$ 32.400,00	\$ 32.400,00
(-) depreciación	\$ 3.004,12	\$ 3.004,12	\$ 3.004,12	\$ 2.177,32	\$ 2.177,32
(=) utilidad operacional	\$ 19.636,88	\$ 46.824,88	\$ 124.504,88	\$ 191.359,68	\$ 223.402,68
(-) gastos financieros	\$ 6.000,00	\$ 5.017,22	\$ 3.936,15	\$ 2.746,98	\$ 1.438,90
(=) utilidad antes de part. Trab e imp.	\$ 13.636,88	\$ 41.807,66	\$ 120.568,73	\$ 188.612,70	\$ 221.963,78
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 2.045,53	\$ 6.271,15	\$ 18.085,31	\$ 28.291,90	\$ 33.294,57
(=) utilidad antes del impuesto	\$ 11.591,35	\$ 35.536,52	\$ 102.483,42	\$ 160.320,79	\$ 188.669,22
(-) 22% I.R.	\$ 2.550,10	\$ 7.818,03	\$ 22.546,35	\$ 35.270,57	\$ 41.507,23
(=) utilidad neta	\$ 9.041,25	\$ 27.718,48	\$ 79.937,07	\$ 125.050,22	\$ 147.161,99

Elaborado por autor

³³ estado de perdidas y ganancias- [en línea] – aut desconocido - monografias.com // : <http://www.monografias.com/trabajos94/estado-ganancias-y-perdidas/estado-ganancias-y-perdidas.shtml#ixzz3nuplDRIK>

5.8 Flujos de Fondos del Proyecto

“Los flujos fondos o de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo.³⁴

Los resultados del flujo de cajas permiten realizar el análisis de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN)

TABLA 36

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Utilidad neta		\$ 9.041,25	\$ 27.718,48	\$ 79.937,07	\$ 125.050,22	\$ 147.161,99
(+) Depreciación		\$ 3.004,12	\$ 3.004,12	\$ 3.004,12	\$ 2.177,32	\$ 2.177,32
(-) Amortización		\$ 9.827,85	\$ 10.810,63	\$ 11.891,70	\$ 13.080,87	\$ 12.950,06
(+) Valor de desecho						\$ 5.044,00
(-)Préstamo recibido	-\$ 60.000,00					
(-)Capital Propio	-\$ 20.000,00					
(=) Flujo de fondos	-\$ 80.000,00	\$ 2.217,52	\$ 19.911,97	\$ 71.049,49	\$ 114.146,67	\$ 141.433,25

Elaborado por: Autor

³⁴flujo de cajas - [en línea] – el ABC de la economía // <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/palabras/v.aspx>

5.9 Evaluación Financiera del Proyecto

5.9.1 VAN

“El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.”³⁵

Cuando el VAN es mayor a 0 = el proyecto es factible

Cuando el VAN es igual 0 = el proyecto es indiferente

Cuando el VAN es menor a 0 = el proyecto no es factible

Formula del VAN

$$VAN = \frac{FFn}{(1 + i)^n}$$

FFn = Flujo de fondos netos para el periodo que se está realizando

i = WACC

n = Periodo

VAN	\$ 155.115,87
------------	---------------

Dado que el valor de VAN es mayor a 0 el proyecto sería factible

³⁵VAN - [En línea] - el ABC de la economía - // <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/palabras/v.aspx>

5.9.2 TIR

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.³⁶

Cuando la TIR mayor al WACC el proyecto es factible

Cuando la TIR es igual al WACC el proyecto es indiferente

Cuando la TIR es menor al WACC el proyecto no es factible

Formula de la TIR

TIR	46,07%
-----	--------

En este caso el proyecto si es factible ya que la TIR es mayor al WACC

³⁶TIR - [En línea] - autor desconocido- monografias.com // <http://www.monografias.com/trabajos101/valor-anual-y-tir-proyecto/valor-anual-y-tir-proyecto.shtml#ixzz3nwje83>

5.9.3 Pay Back

El Payback o "plazo de recuperación" es un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto sobre la base de cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja.³⁷

TABLA 37

PAYBACK						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja	-\$ 80.000,00	\$ 2.217,52	\$ 19.911,97	\$ 71.049,49	\$ 114.146,67	\$ 141.433,25
Flujo descontado	-\$ 80.000,00	\$ 2.010,54	\$ 16.368,26	\$ 52.953,36	\$ 77.132,95	\$ 86.650,76
Flujo desc. Acumulado	-\$ 80.000,00	-\$ 77.989,46	-\$ 61.621,20	-\$ 8.667,85	\$ 68.465,11	\$ 155.115,87

Elaborado por: Autor

Según los análisis realizados se recuperará la inversión en el 4^{to} año, tiempo menor al estimado para el proyecto (5 años).

³⁷pay back – [en línea] – autor desconocido - wikipedia.com // [https://es.wikipedia.org/wiki/Payback_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Payback_(econom%C3%ADa))

5.9.4 Punto de Equilibrio

- El punto de equilibrio, es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.
- También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.
- Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.³⁸

TABLA 38

Punto de Equilibrio (q)	
Costo Fijo	\$ 138.442,20
Costo Variable	\$ 3,05
Precio	\$ 3,36
Total	445.536

TABLA 39

Punto de Equilibrio (\$)	
Costo Fijo	\$ 138.442,20
Costo Variable	\$ 3,05
Precio	\$ 3,36
Total	\$ 1.497.002,46

5.9.5 Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera

Se puede entender que el proyecto de exportación de la cocada esmeraldeña a Holanda es muy rentable ya que sus valores financieros son muy favorables, dado así que la Tmar dio como resultado un valor alto (21.99%) debido a que el riesgo país actualmente asciende a 12.99%. También nos refleja una tasa interna de retorno (TIR) de 46.07%, todo estos resultados nos permite que la recuperación de la inversión se dé antes del tiempo estimado es decir al 4^{to} año.

³⁸ punto de equilibrio – [en línea] – autor desconocido- monografias.com
//: <http://www.monografias.com/trabajos82/el-punto-de-equilibrio/el-punto-de-equilibrio.shtml#ixzz3nwwD0IWw>

CONCLUSIONES

- El mercado del dulce es muy competitivo a nivel mundial, lo que permitirá que muchas empresas o microempresarios incursionen en este negocio.
- Se cree que la cocada esmeraldeña es un producto muy original e innovador para el consumidor Holandés.
- La TMAR dio como resultado un valor alto (21.29 %) debido a que el riesgo país actualmente asciende a 12.99 %.
- Se comprueba mediante el estudio financiero, la factibilidad del proyecto con una tasa interna de retorno (TIR) de 46.07%, y una recuperación de la inversión en el 4^{to} año, tiempo menor al estimado para el proyecto (5 años).
- El proyecto generara un impacto positivo en el ámbito social, cultural, económico y educativo para las personas involucradas con "EXDECO"
- En el Ecuador no hay una gran cantidad de empresa o industrias que exporten los derivados del coco, a más del agua de coco, o el coco rallado, por tanto es una gran oportunidad para entrar en el mercado Holandés y cubrir la demanda que el proyecto quiere alcanzar.

RECOMENDACIONES

- El gobierno del Ecuador debería incrementar las formas de apoyo para este tipo de proyectos facilitando las oportunidades para alcanzar créditos que permitan el desarrollo de empresas y microempresas.
- Las autoridades competentes de la Ciudad de Esmeraldas deberán realizar constantes capacitaciones a los productores de cocada, y microempresarios con la finalidad de incentivarlos a generar proyectos de este tipo, demostrando que es posible exportar un producto 100% Esmeraldeño.
- Renovar constantemente los procesos de producción y comercialización para que se pueda utilizar al máximo todos los recursos necesarios con el fin de lograr un producto de alta calidad.
- Mantenerse siempre informado de todas las normas que rigen el comercio exterior, para que el producto final llegue al mercado de destino sin ningún problema y en perfectas condiciones.
- Se recomienda seguir los lineamientos y las condiciones anteriormente expuestas del proyecto, para evitar alteraciones que afecten la factibilidad económica y financiera del proyecto.

Bibliografía

- Factores sociales y culturales [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.hollanda.com
- Demografía de Holanda [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.hollanda.com
- Economía Holandesa [EN LINEA] - Aut. Desconocido <http://www.embassyecuador.eu/site/index.php/es/la-economia-holandesa-2>
- Impuestos holandeses [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.Elrincondelvago.com
- sistema generalizado de preferencias (sgp)de la unión europea [EN LINEA] – Aut. Desconocido // intranet.comunidadandina.org/Documentos/Informativos
- Tratado de la unión europea [EN LINEA] – Aut. Desconocido // : http://html.rincondelvago.com/holanda_2.html
- Tecnología holandesa [EN LINEA] – Aut. Desconocido // [://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_GC2014_HOLANDA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_GC2014_HOLANDA.pdf)
- Historia de Ecuador[EN LINEA] – Aut. Desconocido // [://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml](http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml)
- Demografía de ecuador – [EN LINEA] – Aut desconocido // www.poecuador.com.ec
- Política de ecuador - – [EN LINEA] – Aut desconocido // www.poecuador.com.ec
- Esmeraldas información – [EN LINEA]- Aut. Desconocido // www.esmeraldas.gob.ec
- Factores demograficos – [EN LINEA]- Aut. Desconocido // www.issuu.com
- Factores económicos – [EN LINEA] – Aut. Desconocido // www.issuu.com
- Esmeraldas al mundo – “[EN LINEA] Aut. Desconocido // http://www.hdtc.gob.ec/hdtc/images/PDF/plan_estrategico_2015.pdf
- Esmeraldas, política y cultura – [EN LINEA] // WWW.MAGAP.COM.EC
- La industria de la cocada – [En línea] – Aut. Desconocido // www.municipiodesmeralda.gob.ec
- Holanda mercados – [EN LIENA] – Aut. Desconocido // : www.ccah.org.ar
- La cocada – [EN LINEA]- AUT. DESCONOCIDO M// <http://proycocada.blogspot.com>
- Incoterms conceptos [EN LINEA] – Aut. Desconocido // : <http://www.monografias.com/trabajos16/incoterms/incoterms.shtml#ixzz3nquCHsSe>
- Carta de crédito – [EN LINEA] - aut. Desconocido // : wikilearn.com
- Carta de crédito – [EN LINEA] - aut. Desconocido // : wikilearn.com
- http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu11_01v001/eu/main/req_heafocou_eu_010_1010.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir_de11_01v001/de/main/req_heafocou_de_010_1010.htm&reporterLabel2=Alemania&label=Control+of+contaminants+in+foodstuffs&languageId=es&status=PROD
- Certificados sanitarios [EN LINEA] – aut. Desconocido // www.mice.gob.ec
- Marca CE- [EN LINEA] – aut. Desconocido // <http://exporthelp.europa.eu/>
- Proceso de exportación – [EN LINEA] – AUT. Desconocido // www.aduana.gob.ec
- comercio electrónico – [EN LIENA] – Aut. Desconocido - // <http://www.telepieza.com/>
- Posicionamiento concepto – [EN LINEA] – AUT DESCONOCIDO // <http://definicion.de>
- comercio electrónico – [EN LIENA] – Aut. Desconocido - // <http://www.telepieza.com/>
- Posicionamiento concepto – [EN LINEA] – AUT DESCONOCIDO // <http://definicion.de>
- Pasos para crear una empresa [EN LINEA] – Aut. Desconocido -- <http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>
- depreciación [en línea] - aut desconocido // [monografías .com](http://www.monografias.com/trabajos69/depreciacion-perdida-valor-bien/depreciacion-perdida-valor-bien.shtml#ixzz3nto5F7ln) : <http://www.monografias.com/trabajos69/depreciacion-perdida-valor-bien/depreciacion-perdida-valor-bien.shtml#ixzz3nto5F7ln>
- definición de amortización- [en línea] - aut desconocido // <http://www.gestiopolis.com/que-es-amortizacion/>

- Que es el wacc – [EN LINEA] – aut. Desconocido // <http://www.encyclopediafinanciera.com/analisisfundamental/valoraciondeactivos/formula-wacc.htm>
- Estado de pérdidas y ganancias- [en línea] – aut desconocido - monografías.com // : <http://www.monografias.com/trabajos94/estado-ganancias-y-perdidas/estado-ganancias-y-perdidas.shtml#ixzz3nuplDRIK>
- flujo de cajas - [en línea] – el ABC de la economía // <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/palabras/v.aspx>
- VAN - [En línea] - el ABC de la economía - // <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/palabras/v.aspx>
- TIR - [En línea] - autor desconocido- monografías.com // <http://www.monografias.com/trabajos101/valor-anual-y-tir-proyecto/valor-anual-y-tir-proyecto.shtml#ixzz3nwje83>
- pay back – [en línea] – autor desconocido - wikipedia.com // [https://es.wikipedia.org/wiki/Payback_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Payback_(econom%C3%ADa))
- punto de equilibrio – [en línea] – autor desconocido- monografías.com //: <http://www.monografias.com/trabajos82/el-punto-de-equilibrio/el-punto-de-equilibrio.shtml#ixzz3nwwD01Ww>

ANEXOS



Esmeraldas

Salinas y Eloy Alfaro esq.

Telf.: (06) 2452172 / 0997177388

E-mail: martha.arroyo@indumaster.com.ec

Fecha: 10 de septiembre del 2015

Proforma No. 001758

Cliente Sara Gonzalez

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Escritorios	6	\$ 150	\$ 900
Sillones	10	\$ 90	\$ 900
Archivadores	3	\$ 120	\$ 360
SUBTOTAL			\$ 2100

Martha Arroyo



Novicompu Manta
Calle 13 y Av. 11 frente a pingüinos
Manta, MAN
052611080

Proforma

	Marca	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Computadoras	Dell	6	\$500	\$3000
Impresoras	Canon	3	\$60	\$ 180
TOTAL				\$3180

Cliente

Sara González Bravo



Dirección
Bolivar 502 y Piedrecita
Esmeraldas

Cliente

Sara González

COTIZACION

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Teléfonos	3	\$ 30	\$ 90
Dispensador de agua	2	\$ 100	\$ 200
Nevera	1	\$ 200	\$ 200
TOTAL			\$ 490

Javier Cevallos
Vendedor de Artefacta

