



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Modalidad Modelo de Negocio

Tema

Modelo De Negocio Para Exportación De Snack De Coco Seco A Estados Unidos

Autores:

Mario Xavier Aveiga Andrade

Jorge Israel Santos Jácome

Tutor:

Ing. Hugo Ernesto Farfán Triviño, MBA

2025 - 1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Mario Xavier Aveiga Andrade y Jorge Israel Santos Jácome

Declaramos que el contenido en el presente Trabajo de Titulación, "Modelo De Negocio Para Exportación De Snack De Coco Seco A Estados Unidos" ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y pie de las páginas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los resultados, análisis, lecciones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son única y exclusiva responsabilidad del/la autor(a), datos que no pueden ser modificados sin la debida autorización.

A través de esta declaración, cedo la investigación a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí para que la utilice como estime conveniente, según lo establecido por las Leyes y Reglamentos estipulados y por la normativa institucional vigente.

Manta, 31 de Julio del 2025



Jorge Israel Santos Jácome.
C.I.: 1315997237



Mario Xavier Aveiga Andrade
C.I.: 1314148899

CERTIFICADO TUTOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, **CERTIFICO**:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el **TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR-FASE DE RESULTADOS E INFORMES**, bajo la autoría del estudiante **AVEIGA ANDRADE MARIO XAVIER**, cedula No.131414889-9, legalmente matriculado/a en la carrera de **COMERCIO EXTERIOR**, período académico 2025-2026 (1), *cumpliendo el total de 320 horas*, cuyo tema del modelo de negocio es **"MODELO DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SNACK DE COCO SECO A ESTADOS UNIDOS"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requerimientos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Manta, 31 de Julio del 2025.

Lo certifico,



ING. HUGO E. FARFAN TRIVIÑO, MBA

... Título académico... Nombres

Docente Tutor(a)

Área: **COMERCIO EXTERIOR**

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el **TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR-FASE DE RESULTADOS E INFORMES**, bajo la autoría del estudiante **SANTOS JACOME JORGE ISRAEL**, cedula No.131599723-7, legalmente matriculado/a en la carrera de **COMERCIO EXTERIOR**, periodo académico 2025-2026 (1), *cumpliendo el total de 320 horas*, cuyo tema del modelo de negocio es **"MODELO DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SNACK DE COCO SECO A ESTADOS UNIDOS"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requerimientos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Manta, 31 de Julio del 2025.

Lo certifico,



ING. HUGO E. FARFAN TRIVIÑO, MBA

... Titulo académico... Nombres

Docente Tutor(a)

Área: **COMERCIO EXTERIOR**

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magtror

Modelo de Negocio SNACK DE COCO-SANTOS-AVEIGA-2025-1

5%

Textos sospechosos



1% Similitudes (ignorado)

0% similitudes entre comillas

0% entre las fuentes mencionadas

3% idiomas no reconocidos

48% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: Modelo de Negocio SNACK DE COCO-SANTOS-AVEIGA-2025-1.docx

ID del documento: 378d594b1427a7b81140b7eea41618de14e473b

Tamaño del documento original: 1,91 MB

Depositante: Hugo Farfán Triviño

Fecha de depósito: 31/7/2025

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 31/7/2025

Número de palabras: 9684

Número de caracteres: 65.883

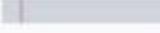
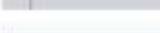
Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<p>Titulación final CEVALLOS-DUEÑAS revisión final CORRECCIONES v1.docx ver info</p> <p>Viene de mi grupo</p> <p>2 fuentes similares</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (1) palabras
2	<p>INFORME FASE RESULTADOS-REBEL CRUZ.docx INFORME FASE RESULTADOS ver info</p> <p>Viene de mi grupo</p> <p>2 fuentes similares</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (7) palabras
3	<p>Titulación final HOLGUIN RIVERA revisión final CORRECCIONES v1.docx ver info</p> <p>Viene de mi grupo</p> <p>1 fuente similar</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (2) palabras

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<p>Titulación final TORD-GARZON revision final CORRECCIONES v1.docx ver info</p> <p>Viene de mi grupo</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (2) palabras
2	<p>cavamandial.net Percepciones calidad precio vinos en Chile</p> <p>https://www.cavamandial.net/temas-y-comentarios/temas/temas-participaciones-est...</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (1) palabras
3	<p>www.globalgrowthinsights.com Tamaño del mercado de coco, crecimiento C...</p> <p>https://www.globalgrowthinsights.com/es/markets-reports/food-market/152848</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (1) palabras
4	<p>fastercapital.com Retorno del capital invertido ROIC ROIC Como calcular y me...</p> <p>https://fastercapital.com/es/contenido/Retorno-del-capital-invertido-ROIC-ROIC-Como-calcul...</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (1) palabras
5	<p>www.yoyayudoachicoscondiabetes.org</p> <p>https://www.yoyayudoachicoscondiabetes.org/node/3460-comer-frutas-y-verduras-ya-de-lu...</p>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (1) palabras

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1  <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/170416/nutrients>
- 2  <https://markwidenresearch.com/coconut-snacks-market/>
- 3  <https://orgprints.org/hd/eprint/24487/1/FIBL-CMS-2005-directorio-importadores.pdf>
- 4  <https://naturalcocoecuador.com/sobre-nosotros/>
- 5  <https://www.proecuador.gob.ec>

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo mi cariño a mis padres, Verónica y Fernando, por su amor inmenso, su apoyo constante y por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo. A mis hermanos, Fernando y Luis, por estar siempre conmigo, compartiendo alegrías, desafíos y motivándome a seguir adelante. Este logro es también de ustedes

Mario Aveiga Andrade

A mis padres Leyla Jácome, Jorge Santos, a mi hermano Sandro, dedico este logro con inmensa gratitud. Su fé en mis capacidades, el apoyo constante y los sacrificios que realizaron me dieron la fuerza para alcanzar esta meta. Ellos han sido mi mayor ejemplo de perseverancia y entrega; por su guía y amor incondicional, esta conquista no solo es mía, sino también de ellos.

Jorge Santos Jácome

RECONOCIMIENTO

Agradezco profundamente Dios, a mis padres, Fernando Aveiga y Verónica Andrade quienes, con su amor incondicional, esfuerzo y ejemplo de perseverancia han sido mi mayor fuente de inspiración a lo largo de este camino. A mis hermanos, Fernando y Luis por estar siempre a mi lado brindándome su apoyo, compañía y palabras de aliento.

También quiero agradecer a mis amigos que la universidad me brindó Israel, Mary, Alisson, Vinicio y Kenny, quienes con su amistad y constante motivación me ayudaron a mantenerme firme en mi propósito y a no rendirme

Gracias por creer en mí y acompañarme en esta etapa tan importante de mi vida.

Mario Aveiga Andrade

Al Ing. Hugo Ernesto Farfan Triviño, MBA, le debo un especial reconocimiento por el acompañamiento constante, la orientación brindada y los consejos fundamentales durante la elaboración de este proyecto de investigación. A mis padres, quienes, con su amor incondicional, paciencia y respaldo han sido mi mayor fortaleza, mi gratitud es infinita.

También valoro la presencia de la música y el apoyo de mis amigos Mario, Mary, Alisson, Vinicio, Romeo y Kenny, pues su comprensión y motivación fueron claves para culminar esta meta. A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, les agradezco por proporcionarme el espacio académico necesario para desarrollar este trabajo.

Jorge Santos Jácome

Índice

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
CERTIFICADO TUTOR	III
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	V
DEDICATORIA.....	VI
RECONOCIMIENTO	VII
Índice de tablas.....	X
Índice de ilustraciones	XI
RESUMEN EJECUTIVO	XII
INTRODUCCIÓN	1
1. Capítulo 1. Propuesta De Valor Y Público Objetivo	2
1.1 Propuesta de Valor	2
1.1.1 <i>Identificación y Entendimiento de Necesidades, Gustos, Preferencias, Expectativas.</i>	2
1.1.2 <i>Características y Beneficios que Ofrecerá</i>	5
1.1.3 <i>Retroalimentación del Mercado en Base a Resultados de Investigación de Campo y / o Documental</i>	5
1.1.4 <i>Definición de la Propuesta de Valor</i>	7
1.1.5 <i>Precio Del Producto</i>	7
1.2 Público Objetivo.....	8
1.2.1 <i>Selección De Mercado Total</i>	8
1.2.2 <i>Segmentación de Mercados y Definición de Público Objetivo</i>	9
1.2.3 <i>Segmentación de Mercado</i>	9
1.2.4 <i>Definición del Público Objetivo</i>	10
1.2.5 <i>Cuantificación del Público Objetivo</i>	10
1.2.6 <i>Determinación y Proyección de la Oferta</i>	11
1.2.7 <i>Determinación y Proyección de la Demanda</i>	11
1.2.8 <i>Demanda Insatisfecha y Demanda a ser Atendida</i>	12
1.2.9 <i>Posicionamiento del Producto en el Mercado Meta</i>	13
2. Capítulo 2. Canales de Distribución, Relaciones con los Clientes y Alianzas Claves	13
2.1. Selección de los Canales de Distribución	13
2.1.1. <i>Definición de Canales de Distribución</i>	13
2.1.2. <i>Análisis y Cuantificación de la Barrera Arancelaria</i>	14
2.1.3. <i>Márgenes de Intermediación en Cada Eslabón de la Cadena de Comercialización</i>	15
2.1.4. <i>Logística de Exportación/Importación</i>	16
2.2. Relaciones con los clientes	19

2.2.1.	<i>Mix promocional: publicidad, medios interactivos, redes sociales, ferias, etc.</i>	
	19	
2.2.2.	<i>Pre-servicio y Post servicio</i>	19
2.3.	Alianzas Claves	20
2.3.1.	<i>Alianzas con Proveedores</i>	20
2.3.2.	<i>Alianzas con Distribuidores</i>	20
2.3.3.	<i>Alianzas con la competencia</i>	21
3.	Capítulo 3. Recursos, Actividades y Costes	21
3.1	Recursos	21
3.1.1	<i>Abastecimiento de materia prima</i>	21
3.1.2	<i>Abastecimiento de Insumos</i>	22
3.1.3	<i>Abastecimiento de Personal Operativo y Logístico</i>	24
3.1.4	<i>Abastecimiento Personal Administrativo y Directivo</i>	25
3.1.5	<i>Abastecimiento de máquinas, equipos, tecnología</i>	26
3.2	Actividades	27
3.2.1	<i>Actividades claves</i>	27
3.2.2	<i>Organigrama</i>	27
3.2.3	<i>Determinación general de funciones</i>	28
3.3	Costes	29
3.3.1	<i>Plan de Inversiones</i>	29
3.3.2	<i>Fuente y plan de financiamiento</i>	30
3.3.3	<i>Proyección de costos y gastos de producción</i>	33
4	Capítulo 4. Modelo De Ingresos Y Utilidades	34
4.1	Ingresos	34
4.2	Utilidades	35
4.3	Evaluación financiera	36
4.3.1	<i>Flujo de fondos</i>	36
4.3.2	<i>Tasa de descuento WACC</i>	37
4.3.3	<i>Indicadores financieros (VAN, TIR, PAY BACK)</i>	39
	CONCLUSIONES	40
	RECOMENDACIONES	42
	Bibliografía	44
	ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1 Aportes nutricionales	3
Tabla 2 Selección De Mercado Total	8
Tabla 3 Análisis comparativo para segmentación de mercado	9
Tabla 4 Información para la segmentación de mercado	9
Tabla 5 Variables de segmentación del público objetivo	10
Tabla 6 Determinación del público objetivo por rango de edad	10
Tabla 7 Determinación y Proyección de la Oferta	11
Tabla 8 Determinación y Proyección de la Demanda	12
Tabla 9 Demanda Insatisfecha y Demanda a ser Atendida	12
Tabla 10 Análisis y Cuantificación de la Barrera Arancelaria	15
Tabla 11 Abastecimiento de materia prima	22
Tabla 12 Bolsas	23
Tabla 13 Pallets	23
Tabla 14 Cartones	23
Tabla 15 Film	24
Tabla 16 Costo total	24
Tabla 17 Abastecimiento de Personal Operativo y Logístico	25
Tabla 18 Personal Administrativo y Directivo	25
Tabla 19 Prestadores de servicios	26
Tabla 20 Abastecimiento de máquinas, equipos, tecnología	26
Tabla 21 Plan de Inversiones	30
Tabla 22 Plan de financiamiento.	31
Tabla 23 Estrategia de financiamiento	32
Tabla 24 Servicio de la deuda.	33
Tabla 25 Amortización de la deuda	33
Tabla 26 Proyección de costos y gastos de producción	34
Tabla 27 Proyección cantidades vendidas	35
Tabla 28 Utilidades	36
Tabla 29 Flujo de fondos	37
Tabla 30 Tasa de Descuento	38
Tabla 31 WACC	38
Tabla 32 Indicadores Financieros	39

Índice de ilustraciones

Ilustración 1	14
Ilustración 2	18
Ilustración 3	26
Ilustración 4	27

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como finalidad diseñar y evaluar un modelo de negocio para la exportación de snacks de coco seco de 150 gramos al estado de Florida, Estados Unidos. El proyecto se enmarca en la búsqueda de nuevos mercados para productos no tradicionales ecuatorianos, con alto valor agregado y con potencial de posicionamiento internacional, especialmente en el segmento de alimentos saludables.

En el contexto actual, los hábitos de consumo en países desarrollados han evolucionado hacia la preferencia por productos naturales, sin aditivos químicos y con beneficios funcionales para la salud. Esta tendencia se ha consolidado en estados como Florida, donde existe una alta concentración de población latina y una fuerte demanda de productos exóticos, nutritivos y listos para el consumo. A partir de este análisis, se identificó una oportunidad de inserción comercial para los snacks de coco seco, los cuales poseen un alto contenido de fibra, grasas saludables y un sabor atractivo para el consumidor internacional.

El producto será fabricado por la empresa NaturalCoco, ubicada en Ecuador, que cuenta con la capacidad técnica, experiencia y certificaciones necesarias para cumplir con las exigencias del mercado estadounidense. La presentación de 150 gramos fue seleccionada tras analizar las preferencias del consumidor meta, considerando factores como conveniencia, valor nutricional y relación costo-beneficio. El producto será empaquetado en bolsas selladas con diseño atractivo impresas según el requerimiento del cliente, que comuniquen su origen natural y sus cualidades saludables.

La estrategia de comercialización se basa en el uso de un canal de distribución indirecto largo, a través de la empresa importadora y distribuidora El Latino Foods, especializada en productos de origen latino y con presencia en puntos clave de comercialización en Florida. Este canal permitirá una llegada eficiente al consumidor final mediante cadenas de supermercados, tiendas minoristas, locales especializados en alimentos saludables y plataformas de comercio electrónico. A nivel promocional, se plantea el uso de redes sociales, marketing digital e influencers del ámbito saludable, con el objetivo de generar reconocimiento de marca y diferenciación en el mercado.

Desde el punto de vista logístico, el producto será exportado bajo términos CFR, lo cual implica que los costos y flete internacional es asumido por nosotros, mientras que seguros y aduanas en el país de destino serán asumidos por el importador. Esta estrategia busca reducir los riesgos y compromisos financieros del exportador, enfocándose en garantizar un flujo constante de producción y exportación. El transporte se realizará mediante contenedores para preservar la calidad del producto, y se cumplirán todos los requisitos fitosanitarios y regulatorios exigidos por la FDA (Food and Drug Administration) para alimentos importados.

En el aspecto financiero, se estableció una inversión inicial de \$332.613,91 de los cuales el 24% corresponde a capital propio y el 76% a un crédito productivo otorgado por BanEcuador con una tasa de interés efectiva anual del 11,88%. El precio CFR de venta se fijó en \$1.75 por unidad, proyectándose una venta constante de 2.000.000 de unidades anuales durante cinco años. Esto generará ingresos por \$3.500.000,00 en el primer año, con incrementos progresivos del 2% anual, alcanzando ingresos cercanos a los \$3.788.512,56 al finalizar el quinto año.

El análisis financiero determinó que el proyecto es viable y rentable. El Valor Actual Neto (VAN) calculado es de \$531.574,03 la Tasa Interna de Retorno (TIR) asciende al 86%, superando ampliamente el costo promedio ponderado de capital (WACC), y el período de recuperación de la inversión (Payback) se estima en 2 años y 4 meses. Además, el flujo de caja proyectado refleja un comportamiento estable y creciente, lo cual evidencia la capacidad del negocio para sostenerse a largo plazo y generar excedentes que podrían destinarse a reinversión o expansión comercial.

El modelo de negocio propuesto no solo representa una oportunidad de inserción en un mercado internacional exigente, sino que también contribuye al fortalecimiento del sector agroindustrial ecuatoriano, promoviendo la diversificación de las exportaciones, la generación de empleo y el desarrollo de la economía local. Se concluye que la implementación de este proyecto es factible, sustentable y con alto potencial de crecimiento y escalabilidad hacia otros estados del país norteamericano.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo de investigación surge a partir de la identificación de nuevas oportunidades para diversificar la oferta exportable ecuatoriana, se consideró la creciente demanda de alimentos saludables y prácticos en el mercado estadounidense, especialmente en el estado de Florida, donde existe una significativa presencia de consumidores latinos interesados en productos naturales y exóticos. En este contexto, se ha identificado al snack de coco seco como una alternativa innovadora, elaborada por la empresa ecuatoriana NaturalCoco, y que cumple con las exigencias del consumidor moderno: natural, nutritivo, sin aditivos artificiales y de fácil consumo.

Este trabajo tiene como objetivo evaluar la viabilidad comercial y financiera de exportar este producto al mercado de Florida, Estados Unidos, a través de una alianza estratégica con la distribuidora El Latino Foods. La propuesta busca introducir un producto no tradicional en la oferta exportable ecuatoriana, con potencial para posicionarse como un snack saludable en cadenas de supermercados y tiendas especializadas.

En este estudio se analizarán las características del mercado objetivo, la demanda potencial, la segmentación del público, y los canales de distribución más adecuados. Asimismo, se definirán la propuesta de valor, las estrategias de posicionamiento y promoción, así como la proyección de ventas y el análisis de competencia.

En la fase financiera, se evaluará la sostenibilidad del proyecto mediante indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM) y el período de recuperación de la inversión (PAYBACK), considerando una producción anual estimada de 2 millones de unidades durante cinco años. De esta manera, se pretende contribuir a la diversificación de las exportaciones ecuatorianas y al fortalecimiento del sector agroindustrial con productos de alto valor agregado.

1. Capítulo 1. Propuesta De Valor Y Público Objetivo

1.1 Propuesta de Valor

1.1.1 *Identificación y Entendimiento de Necesidades, Gustos, Preferencias, Expectativas.*

Las personas muestran una clara preferencia por opciones de snacks saludables, que suelen comprar en supermercados. Esto sugiere que existe un interés creciente en productos que ofrezcan beneficios nutricionales, sin sacrificar el sabor o la conveniencia. Entre las opciones de sabores, el coco clásico destaca como uno de los favoritos, lo que revela una inclinación por lo familiar y auténtico en la elección de alimentos.

Cuando un snack de coco está disponible, muchos están dispuestos a probarlo o comprarlo, lo que indica que este sabor genera interés y es percibido como una opción atractiva dentro de la categoría de snacks. Sin embargo, el precio es un factor crucial en la decisión de compra. Las personas consideran que el rango adecuado para un paquete de 150 gramos de snacks de coco está entre los \$5 y \$6, lo que sugiere que buscan productos que ofrezcan un buen equilibrio entre calidad y precio accesible.

En términos de empaque, las preferencias se inclinan hacia la practicidad: la mayoría prefiere que los snacks vengan en paquetes individuales y en snack de chips de coco, lo que refleja la importancia de la conveniencia y la facilidad de consumo en cualquier lugar o momento. Este tipo de presentación también puede estar relacionado con el control de porciones, algo que muchos consumidores valoran cuando buscan opciones saludables.

Los gustos y expectativas de los consumidores apuntan hacia snacks saludables, con sabor a coco clásico, a un precio razonable y en presentaciones individuales para facilitar su consumo.

A continuación, se presenta una tabla con los aportes nutricionales que aportará el producto:

Tabla 1*Aportes nutricionales*

Nutriente	Cantidad por 150g	% Valor Diario Aproximado
Proteína	10,7 g	21%
Grasas Totales	76,4 g	70%
Colesterol	0 mg	0%
Glúcidos (Carbohidratos)	32,5 g	14%
Fibra	26,8 g	20%
Calcio	21,4 mg	2%
Hierro	2,7 mg	15%

Los porcentajes de valor diario están basados en una dieta de 2,000 calorías diarias y son aproximados.

Elaborado por: Autores, adaptado de USDA FoodData Central, *Dried Coconut*

Cada uno de los aspectos previamente mencionados sobre necesidades, gustos y preferencias puede corroborarse mediante fuentes primarias, como la encuesta realizada a los consumidores, que se presenta en las siguientes gráficas:

Ilustración 1: ¿Qué tan probable es que compres un snack de coco si está disponible en tu tienda favorita?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	46	36,51%
Probable	40	31,75%
Neutral	27	21,43%
Poco probable	10	7,94%
Muy poco probable	3	2,38%
	126	100%

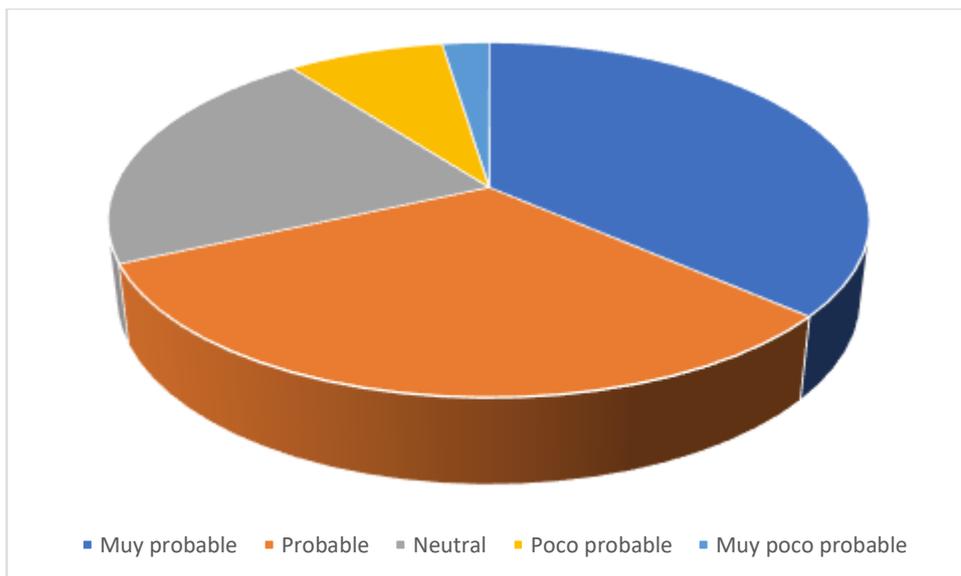
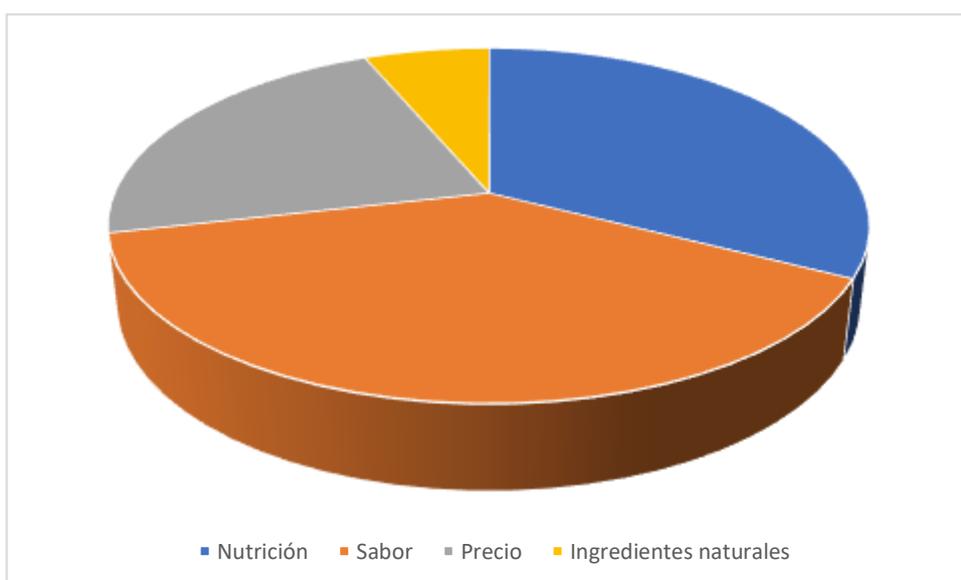


Ilustración 2: ¿Qué factores consideras más importantes al elegir un snack saludable?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Nutrición	41	32,54%
Sabor	49	38,89%
Precio	28	22,22%
Ingredientes naturales	8	6,35%
	126	100%



Elaborado por: Autores

1.1.2 Características y Beneficios que Ofrecerá

El snack de de coco ofrecerá una propuesta atractiva en el mercado estadounidense, combinando sabor, salud y conveniencia. Entre sus características principales destacará su elaboración a partir de ingredientes naturales, lo que lo convertirá en una opción ideal para quienes buscan alternativas más saludables a los snacks convencionales. Los chips de coco son naturalmente libres de gluten, bajos en carbohidratos y ricos en fibra, lo que los hace perfectos para personas con dietas especializadas o preocupadas por su salud digestiva.

El sabor auténtico del coco clásico será uno de sus mayores atractivos, proporcionando una experiencia tropical y deliciosa, ideal tanto para el consumidor que busca un antojo dulce como para quienes prefieren snacks ligeros y satisfactorios. Además, los chips serán ligeramente tostados para ofrecer una textura crujiente que encantará a los amantes de las botanas (personas de alto consumo en snacks).

La porción será de 150 gramos ofrecerá una porción generosa que es perfecta para compartir o para disfrutar en varias sesiones, manteniéndose fresco gracias a su empaque resellable, lo que añade un beneficio de conveniencia. El precio accesible de entre \$5 y \$6 lo posiciona como una opción competitiva, equilibrando calidad y asequibilidad, especialmente frente a otras alternativas de snacks saludables.

Este snack de chips de coco combinará sabor, nutrición y practicidad, siendo una excelente opción para consumidores que valoran la salud, el buen sabor y una presentación conveniente.

1.1.3 Retroalimentación del Mercado en Base a Resultados de Investigación de Campo y / o Documental

El mercado de snacks en los Estados Unidos ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de productos saludables y naturales. Los chips de coco se han posicionado como una opción popular dentro de esta tendencia, debido a su perfil nutricional favorable, su atractivo sabor tropical y su versatilidad como snack o ingrediente en diversas preparaciones. (MarkWide Research, 2023)

En base a las encuestas realizados y datos documentales, observamos que los productos de chips de coco en el mercado estadounidense se encuentran mayormente disponibles en varias presentaciones, con precios que varían según el tamaño del empaque. La presentación de 150 gramos, con un precio entre \$5 y \$6, es ideal para aquellos consumidores que buscan una opción de snack personal o para pequeñas porciones, ofreciendo un equilibrio entre cantidad y accesibilidad económica. Esta presentación es competitiva en supermercados y tiendas de alimentos saludables, donde el consumidor busca conveniencia, sin sacrificar calidad. Es

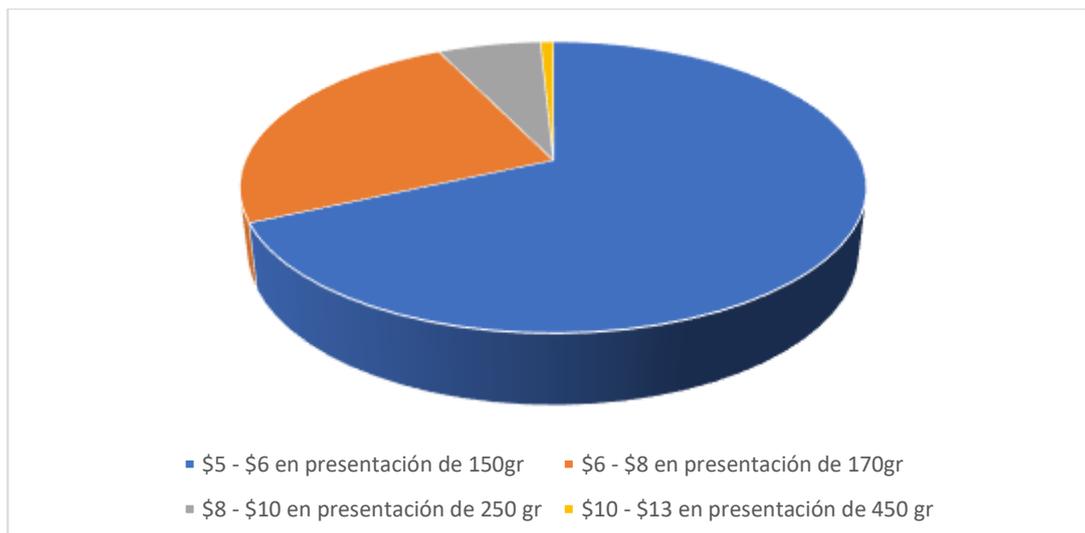
también una opción atractiva para quienes quieren probar el producto antes de comprometerse con formatos más grandes y costosos.

Por otro lado, la presentación de 170 gramos, con un precio de \$6 a \$8, ofrece un tamaño ligeramente mayor, apelando a consumidores que buscan más valor por su dinero, pero manteniendo la practicidad. Este formato podría ser más atractivo en tiendas especializadas o mercados locales, donde el consumidor está dispuesto a gastar un poco más por una mayor cantidad de producto, pero sin salir del rango considerado asequible. Las presentaciones más grandes, como la de 250 gramos a un precio de \$8 a \$10 y la de 450 gramos entre \$10 y \$13, se dirigen a consumidores que ya están familiarizados con el producto y buscan mayor rendimiento por compra. Estas opciones pueden resultar atractivas para familias, compradores a granel o aquellos que prefieren mantener un suministro constante en sus despensas. A medida que los consumidores ven los chips de coco como un snack versátil para compartir o usar en recetas, estas presentaciones más grandes tienen un lugar claro en clubes de compra o tiendas en línea. (MarkWide Research, 2023)

Los precios revelan que el mercado de chips de coco está altamente segmentado, ofreciendo una opción para cada tipo de consumidor, desde aquellos que buscan opciones más económicas y prácticas hasta quienes priorizan el tamaño y la conveniencia. Un precio de entre \$5 a \$6 para la presentación de 150 gramos será competitivo, ya que se adaptará a la creciente demanda de snacks saludables a un precio accesible, un factor clave para el éxito en los mercados masivos. Sin embargo, las presentaciones más grandes también muestran potencial, especialmente en canales como supermercados a granel y tiendas online, donde los consumidores pueden buscar mejores ofertas por mayor volumen.

Ilustración 3: ¿Cuál es tu rango de precio ideal para un paquete de snacks de coco?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$5 - \$6 en presentación de 150gr	86	68,25%
\$6 - \$8 en presentación de 170gr	31	24,60%
\$8 - \$10 en presentación de 250 gr	8	6,35%
\$10 - \$13 en presentación de 450 gr	1	0,79%
	126	100%



Elaborado por: Autores

1.1.4 Definición de la Propuesta de Valor

Los chips de coco residen en ofrecer un snack saludable, natural y delicioso, que combina conveniencia y sabor tropical a un precio accesible. Este producto, elaborado con ingredientes de alta calidad, es ideal para los consumidores que buscan alternativas libres de gluten, bajas en carbohidratos y ricas en fibra, adecuándose a las diversas dietas saludables. Los chips de coco, ligeramente tostados para lograr una textura crujiente, brindarán una experiencia sensorial única, que satisface tanto antojos dulces como necesidades nutricionales.

Con un empaque resellable asegurando frescura y facilitando el consumo en cualquier momento, lo que añadirá practicidad para personas activas o familias. A un precio competitivo de \$5 a \$6, los chips se posicionarán como una opción accesible sin comprometer la calidad, atractiva tanto para quienes desean probar algo nuevo como para los que buscan un snack confiable y nutritivo para el día a día.

1.1.5 Precio Del Producto

Su precio de \$5 a \$6 con un empaque de 150 gramos, los chips de coco serán competitivo debido a varios factores clave que lo lograrán posicionar favorablemente en el mercado de snacks saludables en los Estados Unidos. Los rangos de precios se ajustan a un presupuesto promedio de los consumidores que buscan alternativas de productos saludables y de calidad, que también valoran la asequibilidad. Las comparaciones con otros productos similares, como chips de frutas secas o nueces, el precio de los chips de coco ofrecerá un equilibrio entre un tamaño de porción conveniente y una buena relación entre costo beneficio.

Además, los consumidores buscarán snacks saludables que están dispuestos a pagar un poco más por productos naturales, bajos en carbohidratos y ricos en fibra. Será un producto especializado, con un rango de precio entre \$5 a \$6 que lo va a mantener dentro de una categoría accesible en supermercados y tiendas especializadas, permitiendo que tanto compradores ocasionales como habituales lo consideren una opción viable.

El empaque de 150 gramos ofrecerá una porción individual suficiente o para compartir, lo que justifica aún más el precio. Este tipo de empaque también agrega valor al producto, ya que es fácil de transportar y resellable, ayudando a mantener la frescura por más tiempo.

Será un producto competitivo con accesibilidad, calidad y conveniencia, factores que los consumidores valoran al elegir snacks saludables.

1.2 Público Objetivo.

1.2.1 Selección De Mercado Total

Estados Unidos se posiciona como la mejor opción para negociar en comparación con España e Italia, gracias a su robusto PIB per cápita, que supera considerablemente a ambos países, y a su alta calificación en facilidad de negocio. Además, su infraestructura de conectividad portuaria es considerada muy alta, lo que facilita el comercio internacional. La diversidad de su mercado y el potencial de ingresos anuales también ofrecen oportunidades atractivas para los inversores y empresarios. Todo esto convierte a Estados Unidos en un entorno favorable para las negociaciones comerciales.

Tabla 2

Selección De Mercado Total

VARIABLES	Estados Unidos	España	Italia
Población (millones)	331	47,6	59,2
PIB per cápita (\$)	74.372	36.489	36.872
Facilidad de negocio	63,5	77,9	58,8
Conectividad portuaria	Muy Alta	Alta	Alta
Ingresos anuales (\$)	52.775	27.420	34.320

Elaborado por: Autores

1.2.2 Segmentación de Mercados y Definición de Público Objetivo

1.2.3 Segmentación de Mercado

Para este análisis, se consideraron variables importantes para los tres estados seleccionados en los Estados Unidos: Florida, New York, y Carolina del Norte. Entre las variables clave consideradas se incluyen: tamaño de la población, PIB per cápita, canales de distribución, acceso a puertos para la importación, y los ingresos anuales promedio.

Tabla 3

Análisis comparativo para segmentación de mercado

VARIABLES	ESTADOS
	Florida
Tamaño de la población	0.23
PIB per cápita	0.17
Canales de distribución	0.20
Conectividad portuaria	0.17
Salarios anuales	0.23

Elaborado por: Autores

Tabla 4

Información para la segmentación de mercado

VARIABLES	Florida	New York	Carolina del Norte
Población (millones)	22.16	19.84	10.55
PIB per cápita (\$)	58,000	90,043	57,000
Facilidad de negocio	40	31	61
Conectividad portuaria	Alta	Alta	Media
Ingresos anuales (\$)	53,000	67,000	48,000

Elaborado por: Autores

Tras este análisis comparativo entre los tres estados, Florida se posiciona como el mercado meta más favorable para la exportación de snacks de coco, debido a su gran tamaño de población, fuerte conectividad portuaria y PIB considerable.

1.2.4 Definición del Público Objetivo

El snack de coco va dirigido a consumidores que valoran un estilo de vida saludable. Los residentes de Florida, con un rango de edad de 15 a 65 años, y un nivel socioeconómico medio a alto. Este grupo demográfico se caracteriza por su interés en productos naturales, orgánicos y que promuevan la salud.

Tabla 5

Variables de segmentación del público objetivo

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	INDICADORES
Geográficas	Estado: Florida Ciudad: Miami, Orlando
Demográficas	Edad: 15 a 65 años Nivel socioeconómico: Medio, Alto Género: Masculino y Femenino

Elaborado por: Autores

1.2.5 Cuantificación del Público Objetivo

Según datos del Censo de los Estados Unidos (2023), la población total en Florida es de aproximadamente 22.16 millones de habitantes. El público objetivo para la exportación de snacks de coco abarca a personas de entre 15 y 65 años, representando aproximadamente un 60% de la población, es decir, 13.3 millones de posibles consumidores.

Tabla 6

Determinación del público objetivo por rango de edad

Rango de edad	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
De 15 a 24 años	1,130,000	1,120,000	2,250,000	10.16%
De 25 a 34 años	1,160,000	1,140,000	2,300,000	10.40%
De 35 a 44 años	1,200,000	1,200,000	2,400,000	10.80%
De 45 a 54 años	1,090,000	1,150,000	2,240,000	10.10%
De 55 a 65 años	1,150,000	1,160,000	2,310,000	10.42%

Elaborado por: Autores

El público objetivo total estimado en Florida para la exportación de snacks de coco es de 13.3 millones de personas, con una distribución equitativa entre hombres y mujer

1.2.6 Determinación y Proyección de la Oferta

La oferta de snacks de coco seco para los estados de Florida, Nueva York y Carolina del Norte se ha estimado en función de la capacidad de producción proyectada y las tendencias del mercado de snacks saludables. El crecimiento de la demanda en estos estados permite ajustar la oferta a medida que se establecen alianzas con distribuidores locales.

A continuación, se presenta la oferta estimada para los próximos cinco años:

Tabla 7

Determinación y Proyección de la Oferta

Año	Oferta total (Kg)
2024	200,000
2025	230,000
2026	265,000
2027	300,000
2028	335,000

Elaborado por: Autores

A partir de esta oferta inicial, se espera un crecimiento anual del 15% impulsado por el interés creciente en productos saludables y exóticos. Además, se considera la diversificación del producto con variaciones como coco seco con sabor a chocolate y coco seco con especias, dirigidas a diferentes segmentos del mercado.

1.2.7 Determinación y Proyección de la Demanda

La demanda del snack de coco seco se ha calculado utilizando datos poblacionales de los estados de Florida, Nueva York y Carolina del Norte. Se estima que el 30% de los habitantes en estas áreas consume regularmente snacks saludables. Este porcentaje se ha multiplicado por el consumo per cápita promedio de productos similares.

Tabla 8*Determinación y Proyección de la Demanda*

Año	Población objetivo	Población meta (30% que consumen snacks saludables)	Consumo per cápita (Kg/año)	Demanda estimada (Kg/año)
2024	30,000,000	9,000,000	3.5	31,500,000
2025	30,450,000	9,135,000	3.6	32,886,000
2026	30,900,000	9,270,000	3.7	34,299,000
2027	31,360,000	9,408,000	3.8	35,750,400
2028	31,830,000	9,549,000	3.9	37,241,100

Elaborado por: Autores

Este análisis muestra un crecimiento anual de la demanda en función de un aumento proyectado en la población y el consumo per cápita de snacks saludables.

1.2.8 Demanda Insatisfecha y Demanda a ser Atendida

Aunque el interés por los snacks saludables sigue en aumento, existe una demanda insatisfecha debido a la escasez de productos exóticos y naturales como el snack de coco seco. Se estima que alrededor del 25% de los consumidores de snacks saludables no encuentran suficientes opciones que se ajusten a sus preferencias, lo que representa una demanda insatisfecha significativa.

Tabla 9*Demanda Insatisfecha y Demanda a ser Atendida*

Año	Demanda (Kg/año)	Oferta (Kg/año)	Demanda insatisfecha (Kg/año)
2024	31,500,000	200,000	31,300,000
2025	32,886,000	230,000	32,656,000
2026	34,299,000	265,000	34,034,000
2027	35,750,400	300,000	35,450,400
2028	37,241,100	335,000	36,906,100

Elaborado por: Autores

La demanda insatisfecha refleja la oportunidad de posicionar el snack de coco seco como una alternativa innovadora y saludable.

1.2.9 Posicionamiento del Producto en el Mercado Meta

El posicionamiento de los snacks de coco en el mercado estadounidense se centrará en su propuesta de valor como un producto saludable, natural y delicioso. La estrategia de marketing se enfocará en resaltar los beneficios nutricionales del coco, como su alto contenido en fibra y antioxidantes, lo que lo convierte en una opción ideal para consumidores conscientes de su salud. La empresa se llamará "CocoVital", y el eslogan será "Nutrición natural para cada día". Se utilizará una presentación atractiva y eco-amigable para atraer a un público que valora tanto la salud como la sostenibilidad. La meta es captar el interés de los consumidores en Florida, Nueva York y Carolina del Norte, promoviendo el producto en tiendas de alimentos naturales, supermercados y a través de plataformas de comercio electrónico, donde se espera que los consumidores busquen productos saludables y de calidad.

2. Capítulo 2. Canales de Distribución, Relaciones con los Clientes y Alianzas Claves

2.1. Selección de los Canales de Distribución

2.1.1. Definición de Canales de Distribución

Los canales de distribución son fundamentales en la logística de exportación porque conectan al productor con el mercado final de manera eficiente, optimizando costos y tiempos. En el caso de los snacks de coco una red de distribución bien estructurada asegurada que el producto llegue rápidamente a los puntos de venta o al consumidor, minimizando los gastos asociados a transporte, almacenamiento y gestión de inventarios.

Además, los canales de distribución proporcionarán acceso al mercado adecuado, permitiendo que el producto se posicione en tiendas especializadas, supermercados y plataformas que atraigan a los consumidores objetivos, y puedan buscar alimentos naturales y saludables en el estado de Florida. Estos distribuidores son conocedores del mercado local y sus dinámicas, ayudando a que el producto gane visibilidad frente a los clientes correctos.

Otro aspecto clave es que los distribuidores cumplen con las regulaciones locales, como las impuestas por la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos) en EE. UU., asegurando

que los requisitos de etiquetado y normativas alimentarias se cumplan correctamente, evitando sanciones legales.

Ampliar el alcance geográfico del producto, asegura una mayor capilaridad en el mercado, sin que el importador necesite manejar toda la logística interna. Por ejemplo, distribuidores locales en Florida pueden hacer que los chips de coco estén presentes en ciudades clave como Miami, Tampa u Orlando, mejorando la cobertura y aumentando las posibilidades de éxito comercial en esa región.

Descrito esto, el canal de distribución del modelo de negocio será indirecto largo, así como lo presentamos en la siguiente ilustración:

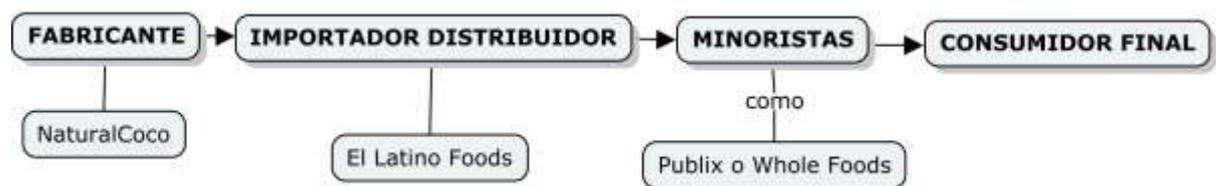


Ilustración 1

La empresa fabricante será la ecuatoriana NaturalCoco, con sede en Quito, destacada a nivel nacional por la producción y venta de productos derivados de coco, tales como leche de coco, aceite de coco extra virgen, snacks de coco tostado confitado y harina de coco. El siguiente paso en la cadena será la participación de los exportadores que enviarán el producto al mercado internacional. Posteriormente, el distribuidor El Latino Foods, con sede en Doral, será responsable de la importación y distribución del producto a los minoristas en Miami, quienes finalmente lo llevarán al consumidor final.

2.1.2. Análisis y Cuantificación de la Barrera Arancelaria

Según (Global Trade Helpdesk, 2024), Bajo el U.S. Harmonized Tariff Schedule, el arancel para el código 0801.11 (coco seco) es generalmente del 0%, lo que significa que no se aplican aranceles a la importación de este producto.

Para poder realizar la exportación se necesitan los siguientes documentos claves:

- Factura Comercial
- Lista de Empaque

- Certificado de Origen
- Certificados Fitosanitarios
- Registro Sanitario
- Certificación de Calidad
- Documentos de Transporte
- Documentos de Seguro
- Permiso de Importación (si es requerido)

Tabla 10

Análisis y Cuantificación de la Barrera Arancelaria

Código del producto	Descripción del producto	Descripción régimen comercial	Arancel aplicado	Equivalente tarifa del total Ad Valorem (Estimado)
0801.11	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (merey, cajuil, anacardo, cajú), frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados: Cocos: Secos	Nación más favorecida	0%	0%

Fuente: (Global Trade Helpdesk, 2024)

2.1.3. Márgenes de Intermediación en Cada Eslabón de la Cadena de Comercialización

La cadena de distribución diseñada contará con cinco intermediarios, cada uno de los cuales obtendrá un margen de ganancia en su etapa del proceso. A continuación, se presenta el desglose de precios desde el fabricante hasta el consumidor final. En Ecuador, el fabricante vende el snack a \$1,41 por unidad. Como exportadores, fijaremos un precio CFR de \$1,75 para el distribuidor, que cubre los costos hasta la carga en el buque.

Al llegar a Estados Unidos, el distribuidor podrá vender el producto a un precio de hasta \$4,30, en la última etapa, el minorista tendrá la opción de ofrecer el producto al consumidor final a un precio de hasta \$5,39.

Esta planificación permite que cada eslabón de la cadena mantenga su rentabilidad y, a su vez, que el consumidor final pueda acceder a un producto de calidad a un precio justo.

2.1.4. Logística de Exportación/Importación

Empaque Y Embalaje.

Para el empaquetado de los chips de coco seco, se utilizará un empaque primario de bolsa de plástico tipo zip/lock o bolsa de aluminio, que proporcionará una adecuada protección contra la humedad y el aire, garantizando así la frescura del producto. Cada bolsa contendrá 150 gramos de chips de coco seco, facilitando su uso y almacenamiento por parte del consumidor.

Las bolsas se agruparán en presentaciones de 11 unidades para facilitar su manipulación y posterior venta. Estas unidades se colocarán en cajas de cartón de dimensiones 30 cm de ancho, 30 cm de largo y 25 cm de alto, conteniendo un total de 144 bolsas por caja. Es importante destacar que, según la Food and Drug Administration y las normativas de etiquetado alimentario de Estados Unidos, el empaque tendrá que cumplir con ciertos requisitos de etiquetado, tales como:

Denominación del producto alimenticio: Chips de coco seco.

Lista de ingredientes: En este caso, únicamente coco seco (y, si aplica, algún conservante).

Información sobre alérgenos: Debe señalarse si el producto puede contener trazas de alérgenos, como nueces o productos derivados de la leche.

Cantidad neta: El peso del contenido debe indicarse claramente (150 g).

Instrucciones de almacenamiento: Se recomienda mantener en un lugar fresco y seco, y consumir preferentemente antes de la fecha indicada.

Indicación de la fecha: Fecha de consumo preferente, que debe ser visible en el empaque.

País de origen: Indicar que el producto es de origen ecuatoriano.

Nombre y dirección del productor: Información de contacto del fabricante o importador.

Transporte Interno.

El transporte interno será coordinado con un proveedor de transporte local, que será responsable de trasladar el contenedor desde las instalaciones del galpón industrial ubicado en el sector La Pradera de Manta hasta el puerto de aguas profundas DP World Posorja. Este recorrido abarcará aproximadamente 300 kilómetros y se prevé un costo de \$450.

El proveedor de transporte local debe disponer de vehículos especializados para el transporte de alimentos, asegurando que se mantengan las condiciones adecuadas de temperatura y protección durante el trayecto. Para garantizar una gestión eficaz, se implementará un sistema de rastreo GPS que permitirá monitorear el avance del transporte y programar entregas de manera oportuna.

Es esencial que el producto llegue al puerto en perfectas condiciones, cumpliendo con las normativas de calidad y sanidad necesarias para la exportación. Por lo tanto, el transporte se realizará en camiones, los cuales preservarán la frescura del producto y evitarán cualquier tipo de deterioro.

Transporte Marítimo.

Para el transporte marítimo del snack de coco seco desde Ecuador hacia Florida, se optamos utilizar los servicios de la naviera Maersk, que ofrece una red confiable y eficiente para el envío de mercancías. Según las últimas cotizaciones, el costo de flete desde Ecuador a Estados Unidos es de aproximadamente \$1.940. Este precio puede variar dependiendo de factores como el tipo de carga, la ruta específica y las condiciones del mercado

Puerto de Embarque y Desembarque.

En el caso del envío del snack de coco seco hacia Florida, se ha elegido el puerto de DP World Posorja en Ecuador como el puerto de embarque más adecuado. Este puerto está equipado con instalaciones modernas y eficientes para la exportación de productos alimenticios. Después de salir del puerto de origen, la mercancía pasará por el Puerto de Balboa en Panamá, donde se llevará a cabo un transbordo. A partir de ahí, el destino final será el Puerto de Miami, uno de los principales puntos de entrada de mercancías en la costa este de EE. UU.

El tiempo total de tránsito estimado desde Posorja hasta Miami es de alrededor de 21 días, que incluye aproximadamente 4 días en el puerto de Balboa para realizar las operaciones necesarias de carga y descarga.

Entre los servicios más significativos ofrecidos en estos puertos se incluyen:

Recepción y almacenamiento: Garantiza que la mercancía esté adecuadamente gestionada antes de su embarque, preservando sus condiciones.

Carga, descarga y entrega: Proporciona un manejo eficiente del snack de coco seco, asegurando que las operaciones se realicen de forma segura y rápida.

Documentación y aduanas: Facilita el cumplimiento de todos los trámites necesarios tanto para la exportación desde Ecuador como para la importación en EE. UU.

Servicios de porteo: Ayuda en la manipulación de la carga dentro de los puertos, promoviendo un flujo logístico continuo.

Seguridad y vigilancia: Implementa medidas para proteger la carga mientras permanece en el puerto.

Requisitos Necesarios para la Exportación.

Para que el producto pueda ser exportado tendrá que cumplir con un conjunto de requisitos los cuales son:

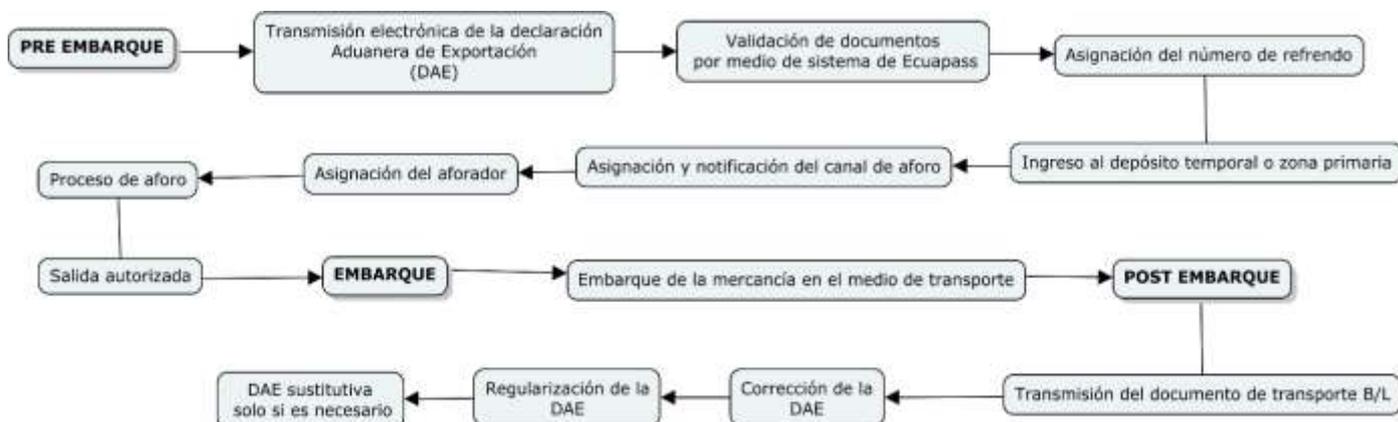


Ilustración 2

Fuente: (Pro Ecuador, 2024)

2.2. Relaciones con los clientes

2.2.1. *Mix promocional: publicidad, medios interactivos, redes sociales, ferias, etc.*

Para la promoción de los snacks de coco seco, se diseñará un mix promocional integral que abarque diversos canales de comunicación, buscando captar la atención del público objetivo en Florida. La estrategia se centrará en publicidad digital, especialmente a través de redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, donde se desarrollarán campañas visuales atractivas. Estas redes permiten crear contenido visual que resalte los beneficios del producto, como su sabor, valor nutricional y su origen natural, lo cual es clave para atraer a consumidores interesados en productos saludables.

Adicionalmente, se aprovecharán los medios interactivos para promover la participación del cliente, como concursos, encuestas y promociones de degustación. Las plataformas de publicidad pagada serán fundamentales para ampliar el alcance, utilizando Facebook Ads e Instagram Stories para llegar a un público más segmentado, especialmente a aquellos interesados en alimentos naturales y veganos.

Se participará en ferias de alimentos en Miami y Orlando, donde se realizará la degustación gratuita del producto, permitiendo a los consumidores experimentar la calidad y sabor del snack. Estas ferias atraerán a un público específico, principalmente interesado en la salud y la alimentación natural, facilitando la penetración en el mercado local y generando interés en los distribuidores.

Esta combinación de publicidad digital, medios interactivos y ferias garantizará una presencia constante y directa en el mercado, contribuyendo a la fidelización de los consumidores.

2.2.2. *Pre-servicio y Post servicio*

El pre-servicio será clave para atraer y educar a los consumidores sobre los beneficios de los snacks de coco seco antes de su compra. A través de correos electrónicos, se proporcionará información detallada sobre las propiedades del producto, su origen, y sus beneficios nutricionales.

El post-servicio se centrará en la atención al cliente después de la compra. Se establecerá un equipo de soporte para resolver dudas sobre el consumo, almacenamiento y posibles alergias

relacionadas con el producto. A través de correo electrónico, se mantendrá una comunicación constante con los consumidores, solicitando opiniones y comentarios sobre el producto, lo que permitirá mejorar la calidad y ajustar la oferta según las preferencias del mercado. Asimismo, se implementará un programa de recompensas que incentive la fidelización, ofreciendo descuentos y promociones a los clientes frecuentes.

2.3. Alianzas Claves

2.3.1. Alianzas con Proveedores

Las alianzas con proveedores son fundamentales para asegurar una producción constante y de alta calidad de los snacks de coco seco. En este caso, la colaboración con NaturalCoco, un proveedor ecuatoriano destacado en la producción de productos derivados del coco, permitirá garantizar que el coco utilizado en la elaboración del snack sea de la mejor calidad y cumpla con los estándares internacionales. El coco es un producto altamente perecedero, por lo que establecer una alianza a largo plazo con un proveedor confiable y con experiencia es crucial para evitar interrupciones en la cadena de suministro. Además, se explorará la posibilidad de exclusividad en el suministro, lo que garantizará que la empresa obtenga precios competitivos y una prioridad en la entrega del producto.

Es importante también establecer acuerdos con proveedores de insumos secundarios, como empaques y etiquetas, que cumplan con las normativas de etiquetado de la FDA. Las alianzas estratégicas con estos proveedores asegurarán que el producto se comercialice en empaques adecuados que mantengan la frescura y calidad, y que cumplan con las regulaciones de seguridad alimentaria. De esta manera, las alianzas con proveedores contribuyen a crear una cadena de valor eficiente que respalda el éxito del producto en el mercado internacional.

2.3.2. Alianzas con Distribuidores

Las alianzas con distribuidores son clave para garantizar una penetración efectiva del producto en el mercado de Florida. El Latino Foods, ubicado en Doral, será uno de los principales distribuidores en EE. UU., y desempeñará un papel fundamental en la importación y distribución de los snacks de coco seco en la región. Este distribuidor tiene un amplio conocimiento del mercado local y de los canales de venta, lo que facilitará el proceso de

introducción del producto en tiendas mayoristas y supermercados en Miami, Orlando y otras ciudades clave de Florida. La alianza con El Latino Foods incluirá acuerdos exclusivos de distribución, lo que permitirá que los snacks de coco seco lleguen a los puntos de venta más importantes sin la intervención de competidores en el proceso de distribución. Además, se buscarán alianzas secundarias con minoristas locales, como tiendas de alimentos naturales y supermercados especializados, para ampliar el alcance y garantizar que el producto esté disponible en diversas ubicaciones de fácil acceso para el consumidor final. Los distribuidores locales ayudarán a posicionar el producto de manera eficaz, optimizando la visibilidad y aumentando las oportunidades de venta.

2.3.3. Alianzas con la competencia

Las alianzas con competidores pueden ser una estrategia eficaz para maximizar los beneficios comerciales, sobre todo cuando se trata de productos similares. En lugar de enfrentar una competencia directa, se buscarán acuerdos de colaboración con marcas competidoras en el mercado de snacks saludables. Por ejemplo, se pueden establecer acuerdos con marcas que producen otros snacks naturales como chips de plátano o frutos secos para crear paquetes conjuntos o promociones cruzadas. Estas alianzas permiten ampliar el espectro del mercado objetivo al ofrecer productos complementarios que se ajusten a las necesidades de los consumidores interesados en alimentación saludable. Además, la colaboración con competidores puede resultar en una distribución compartida, en la cual las empresas involucradas aprovechen las redes de distribución de cada una, reduciendo costos logísticos y ampliando su presencia en puntos de venta de todo el país. Estas alianzas también pueden incluir estrategias de co-marketing, como campañas publicitarias conjuntas que fortalezcan la presencia de ambas marcas en el mercado. Al trabajar en conjunto, las empresas pueden enfrentar los desafíos del mercado con una estrategia colaborativa, generando mayores beneficios para todas las partes involucradas.

3. Capítulo 3. Recursos, Actividades y Costes

3.1 Recursos

3.1.1 Abastecimiento de materia prima

Para la ejecución de este nos enfocaremos en una cartera de proveedores extensa, uno de estos es NaturalCoco, con sede en la ciudad de Quito. Se requerirá un total de 10.000.000 de empaques durante los primeros cinco años de operación, en presentaciones de 150 gramos. En

el primer año se iniciará con 2.000.000 unidades. Además, se solicitará un 0,25% de excedente sobre la cantidad total para cubrir posibles imprevistos o disponer de muestras para nuevos clientes. Los proveedores serán responsable de entregar el producto en condiciones óptimas, cumpliendo con los estándares de calidad necesarios para garantizar un proceso eficiente de empaquetado y comercialización. La alianza en la producción de materia prima, en este caso, NaturalCoco asegurará un suministro constante y confiable durante la vigencia del proyecto, alineado con las necesidades de producción y demanda del mercado.

Tabla 11

Abastecimiento de materia prima

Año	Unidades de chips de coco seco base	+0,25% Excedente Unidades	Total unidades	Valor unitario (USD/Unit)	Costo total anual chips de coco seco base (USD)
2026	2.000.000	5.000	2.005.000	\$1,41	\$2.827.050,00
2027	2.000.000	5.000	2.005.000	\$1,41	\$2.827.050,00
2028	2.000.000	5.000	2.005.000	\$1,41	\$2.827.050,00
2029	2.000.000	5.000	2.005.000	\$1,41	\$2.827.050,00
2030	2.000.000	5.000	2.005.000	\$1,41	\$2.827.050,00
Total	10.000.000		10.025.000		\$14.135.250,00

Elaborado por: Autores

3.1.2 Abastecimiento de Insumos

Para la producción y comercialización de los chips de coco seco, se requerirán diversos insumos clave que constituyen parte del costo variable del producto. Las fundas stand-up pouch doypack (Anexo C), serán provistas e impresas según el requerimiento del cliente por Paqing empresa ubicada en Quito, especializada en empaques alimenticios de alta resistencia. Para el transporte y almacenamiento, se necesitarán cartones corrugados, suministrados por la cartonera Procarsa de Durán, así como pallets de madera tratada por INPAVASA en Guayaquil, y film plástico a través de Ecuaplast, también ubicada en la capital. Los precios unitarios serán establecidos con base en negociaciones iniciales con proveedores, presentando ligeras variaciones anuales debido al ajuste inflacionario y a condiciones de mercado. A continuación, se detalla la proyección anual de estos insumos entre 2026 y 2030:

Tabla 12*Bolsas*

Bolsas requeridas (Personalizadas ya			
Año	impresas)	Costo unitario bolsa	Total bolsas (USD)
2026	2.005.000	\$0,16	\$320.800,00
2027	2.005.000	\$0,161	\$322.805,00
2028	2.005.000	\$0,162	\$324.810,00
2029	2.005.000	\$0,163	\$326.815,00
2030	2.005.000	\$0,164	\$328.820,00

*Elaborado por: Autores***Tabla 13***Pallets*

Año	Pallets	Costo unitario pallet	Total pallets
2026	220	\$11,000	\$2.420,00
2027	220	\$11,220	\$2.468,40
2028	220	\$11,444	\$2.517,68
2029	220	\$11,673	\$2.568,06
2030	220	\$11,907	\$2.619,54

*Elaborado por: Autores***Tabla 14 Cartones**

Año	Cartones	Costo unitario cartón	Total cartones
2026	14.100	\$0,43	\$6.063,00
2027	14.100	\$0,44	\$6.204,00
2028	14.100	\$0,46	\$6.486,00
2029	14.100	\$0,46	\$6.486,00
2030	14.100	\$0,46	\$6.486,00

Elaborado por: Autores

Tabla 15*Film*

Año	Film (rollos)	Costo unitario film	Total film
2026	26	\$9,06	\$235,56
2027	28	\$9,38	\$262,64
2028	28	\$9,58	\$268,24
2029	28	\$9,78	\$273,84
2030	28	\$9,78	\$273,84

Elaborado por: Autores

Tabla 16*Costo total*

Año	Costo Total Anual
2026	\$329.518,56
2027	\$331.740,04
2028	\$334.081,92
2029	\$336.142,90
2030	\$338.199,38

Elaborado por: Autores

3.1.3 Abastecimiento de Personal Operativo y Logístico

En los primeros cinco años de funcionamiento del proyecto, será necesario contar con tres empleados para la parte operativa directa y un encargado que supervisará las áreas operativas, logística y control de calidad. Para este cálculo, se ha tomado en cuenta el salario anual del equipo, el salario mensual, los beneficios laborales y un aumento del 4.78% en el salario cada año.

La tabla muestra los requerimientos de personal durante los primeros cinco años de operación, así como los costos asociados a la contratación de dicho personal.

Tabla 17*Abastecimiento de Personal Operativo y Logístico*

Año	Personal Operativo (3 empleados)	Supervisor Operativo, Logístico y Control de Calidad	Costo Total de Personal
2026	\$20.545,00	\$10.196,00	\$30.741,00
2027	\$21.527,05	\$10.683,37	\$32.210,42
2028	\$22.556,04	\$11.194,03	\$33.750,07
2029	\$23.634,22	\$11.729,11	\$35.363,33
2030	\$24.763,94	\$12.289,76	\$37.053,70

Elaborado por: Autores

3.1.4 Abastecimiento Personal Administrativo y Directivo

Durante la planificación del equipo administrativo y gerencial, se ha dividido al personal en dos grupos. El primero estará conformado por empleados contratados directamente por la empresa bajo una relación laboral formal. El segundo grupo incluirá profesionales externos contratados mediante acuerdos de prestación de servicios.

Tabla 18*Personal Administrativo y Directivo*

	2026	2027	2028	2029	2030
Gerente	\$17.060,00	\$17.876,57	\$18.731,15	\$19.625,15	\$20.560,08
Secretaria	\$6.664,00	\$6.982,01	\$7.317,42	\$7.670,63	\$8.042,05
Jefe Operativo y Logístico	\$12.112,00	\$12.690,96	\$13.296,63	\$13.930,23	\$14.593,01
Jefe Administrativo y					
Financiero	\$12.112,00	\$12.690,96	\$13.296,63	\$13.930,23	\$14.593,01
Jefe Comercio Exterior	\$12.012,00	\$12.578,77	\$13.171,45	\$13.791,26	\$14.439,41
Apoyo Comex	\$8.530,00	\$8.937,93	\$9.364,28	\$9.809,72	\$10.274,93
Apoyo Administrativo y					
Financiero	\$8.550,00	\$8.958,73	\$9.385,97	\$9.832,39	\$10.298,66
Personal de Limpieza	\$6.864,00	\$7.192,36	\$7.538,56	\$7.903,80	\$8.289,38
Costo total	\$ 83.904,00	\$87.908,29	\$92.102,09	\$96.493,41	\$101.090,53

Elaborado por: Autores

En esta otra tabla se especifican los roles y los costos anuales correspondientes a aquellos que serán contratados como prestadores de servicios profesionales.

Tabla 19*Prestadores de servicios*

Año	2026	2027	2028	2029	2030
Costo Anual de Asesor Legal	\$3.422,00	\$3.585,68	\$3.757,95	\$3.939,15	\$4.129,64
Subtotal de Asesor Legal	\$3.422,00	\$3.585,68	\$3.757,95	\$3.939,15	\$4.129,64
Costo Anual de Asesor Contable	\$3.422,00	\$3.585,68	\$3.757,95	\$3.939,15	\$4.129,64
Subtotal de Asesor Contable	\$3.422,00	\$3.585,68	\$3.757,95	\$3.939,15	\$4.129,64
Costo Anual de Puntos de Seguridad	\$23.000,00	\$24.099,40	\$25.246,82	\$26.444,04	\$27.692,91
Subtotal de Puntos de Seguridad	\$46.000,00	\$48.198,80	\$50.493,64	\$52.888,08	\$55.385,82
Costo Total de Servicios Prestados	\$52.844,00	\$55.370,16	\$58.009,54	\$60.766,38	\$63.645,10

Elaborado por: Autores

3.1.5 Abastecimiento de máquinas, equipos, tecnología

Para ejecutar las operaciones planificadas, será necesario adquirir un equipo especializado. Se optará por un empacador vertical proveniente de Perú, producida por la empresa Delani Trading. Este equipo, con un rendimiento hasta 60 paquetes por minuto, será adquirido directamente del fabricante. En la tabla siguiente se detalla la inversión estimada para la compra de esta empacadora, proforma en (Anexo D).

Tabla 20*Abastecimiento de máquinas, equipos, tecnología*

Maquinas, Equipos y Tecnología			
Cantidad	Descripcion	Costo Unitario	Costo Total
1	Maquina Empacadora Vertical	\$16.700,00	\$16.700,00

Elaborado por: Autores

**Ilustración 3**

3.2 Actividades

3.2.1 Actividades claves

Entre las principales acciones estratégicas para poner en marcha la comercialización de chips de coco seco se destacan las siguientes:

- Garantizar el suministro constante de chips de coco de calidad premium mediante una relación estable con el proveedor NaturalCoco.
- Desarrollar y sostener vínculos comerciales efectivos con canales de distribución nacionales e internacionales.
- Optimizar los procesos logísticos para asegurar una entrega eficiente, puntual y sin interrupciones.
- Asegurar el cumplimiento de las normativas sanitarias, de etiquetado y certificaciones vigentes tanto en Ecuador como en los países de destino.
- Organizar con precisión el transporte, especialmente para envíos internacionales, priorizando la integridad del producto.
- Respetar los lineamientos y requisitos para exportación, evitando demoras o contratiempos legales.
- Administrar de forma eficiente los recursos financieros y mantener un flujo de caja saludable que garantice la sostenibilidad del proyecto.

3.2.2 Organigrama

Para ejecutar las funciones gerenciales y funcionales, se conformará una entidad con un esquema estructural propio.

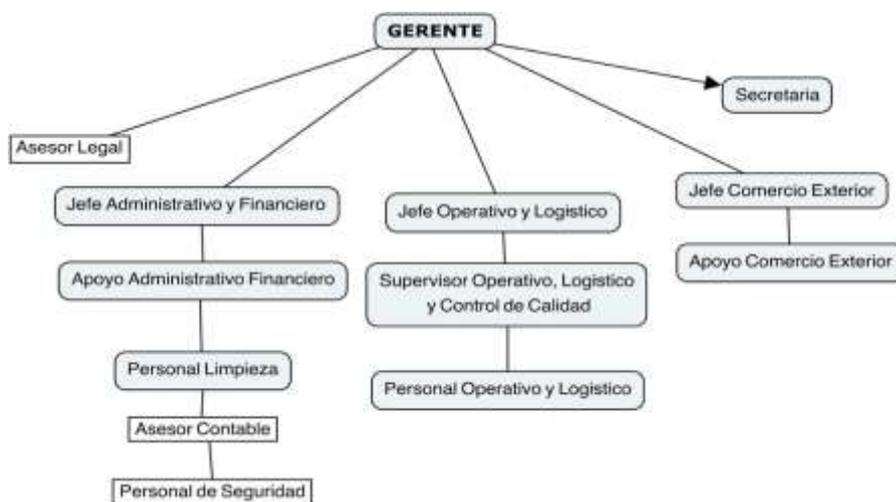


Ilustración 4

3.2.3 *Determinación general de funciones*

A continuación, se describen las funciones generales de cada puesto, esenciales para el éxito y operación eficiente de la empresa:

- **Gerente**

Representante legal del negocio, responsable de establecer acuerdos comerciales con compradores internacionales, en coordinación con el jefe de Comercio Exterior. Supervisa las áreas clave y define decisiones sobre inversiones, estrategias y financiamiento.

- **Secretaria**

Organiza la agenda del gerente, coordina reuniones internas y se encarga del seguimiento administrativo entre los diferentes departamentos.

- **Jefe comercio exterior**

Coordina los procesos de exportación, tramita documentación internacional y lidera negociaciones con clientes extranjeros.

- **Apoyo comercio exterior**

Gestiona logística de envíos, tramita documentos aduanales y da seguimiento a la salida de mercancía hacia mercados internacionales.

- **Jefe operativo y logístico**

Lidera las actividades diarias en planta, coordina el abastecimiento de materia prima y supervisa los estándares de calidad durante la producción y el empaquetado de los chips de coco.

- **Supervisor operativo, logístico y control de calidad**

Supervisa al personal de planta, asegura el correcto funcionamiento de la maquinaria, y lleva registros de calidad para implementar mejoras si es necesario.

- **Personal operativo y logístico**

Se encarga del llenado, sellado, etiquetado y embalaje de los chips. Mantiene la limpieza y organización del área de producción.

- **Jefe administrativo y financiero**

Administra los recursos económicos, realiza pagos a proveedores, maneja la contabilidad interna y asegura el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

- **Asesor legal**

Encargado de gestionar temas legales relacionados con exportaciones, contratos y normativas. Proporciona soluciones jurídicas ante cualquier eventualidad empresarial.

- **Apoyo administrativo y financiero**

Clasifica archivos contables, gestiona trámites de pagos y responde a solicitudes internas y externas.

- **Asesor contable**

Desarrolla los informes financieros y garantiza que la empresa cumpla sus deberes tributarios.

- **Personal de seguridad**

Protege las instalaciones, previene actos ilícitos y realiza inspecciones para mantener un entorno seguro.

- **Personal de limpieza**

Mantiene en condiciones higiénicas las oficinas, apoya en mensajería interna y cuidado de mobiliario.

3.3 Costes

3.3.1 *Plan de Inversiones*

El monto total de la inversión requerida para el presente modelo de negocio asciende a \$330.173,65 en donde el 10,2% corresponde a las inversiones fijas; 5,9% a las diferidas, y un 83,9 % restante aquellas inversiones en capital de trabajo preoperacional estimado para 1 mes (1 ciclo operativo del negocio), (Anexo A y B), como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 21*Plan de Inversiones*

DETALLE	VALOR (USD)
A. ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	\$17.535,00
Equipo de oficina	\$3.078,60
Suministro de oficina	\$875,70
Muebles y enseres de oficina	\$5.166,00
Equipos de computación	\$7.000,35
Total activos fijos	\$33.655,65
B. ACTIVOS DIFERIDOS	
Costos y estudios del proyecto	\$5.247,90
Gastos de constitución	\$1.591,80
Otros activos diferidos	\$12.673,50
Total activos diferidos	\$19.513,20
C. CAPITAL DE TRABAJO (NOF)	
Capital de trabajo prooperacional	\$277.004,80
Total capital de trabajo prooperacional	\$277.004,80
D. TOTAL INVERSIONES (A+B+C)	\$330.173,65

Elaborado por: Autores**3.3.2 Fuente y plan de financiamiento**

El financiamiento del proyecto se realizará en un 24% mediante capitales propios y en un 76% a través de crédito bancario. La tabla a continuación presenta los valores que aportará cada fuente de recursos.

Tabla 22*Plan de financiamiento.*

DETALLE	USD	%
Deuda bancaria	\$251.985,18	75,76%
Capital Propio	\$80.628,73	24,24%
TOTAL	\$332.613,91	100,00%

Elaborado por: Autores

Con capitales propios se cubrirán las áreas de activos fijos, diferidos y parte del capital de trabajo destinado a la compra de insumos, representando el 24,19% de la inversión. El restante 75,81% se financiará con crédito bancario para completar el capital de trabajo, tal como se indica en la tabla siguiente.

Tabla 23*Estrategia de financiamiento*

DETALLE	DEUDA USD	CAPITAL PROPIO USD	TOTAL FINANCIAMIENTO USD	TOTAL FINANCIAMIENTO %
A. ACTIVOS FIJOS				
Maquinaria y equipo		\$17.535,00	\$17.535,00	5,27%
Equipo de oficina		\$3.078,60	\$3.078,60	0,93%
Suministro de oficina		\$875,70	\$875,70	0,26%
Muebles y enseres de oficina		\$5.166,00	\$5.166,00	1,55%
Equipos de computación		\$7.000,35	\$7.000,35	2,10%
Total activos fijos	-	\$33.655,65	\$33.655,65	10,12%
B. ACTIVOS DIFERIDOS				
Costos y estudios del proyecto		\$5.247,90	\$5.247,90	1,58%
Gastos de constitución		\$1.591,80	\$1.591,80	0,48%
Otros activos diferidos		\$12.673,50	\$12.673,50	3,81%
Total activos diferidos	-	\$19.513,20	\$19.513,20	5,87%
C. CAPITAL DE TRABAJO (NOF)				
Adquisición de materia prima	\$235.587,50		\$235.587,50	70,83%
Adquisición de insumos		\$27.459,88	-	0,00%
Personal operativo y logístico	\$1.712,08		\$1.712,08	0,51%
Supervisor operativo, logístico y control de calidad	\$849,67		\$849,67	0,26%
Gastos administrativos	\$11.395,67		\$11.395,67	3,43%
Gastos de ventas y comercio exterior	\$2.440,26		\$2.440,26	
Capital de trabajo preoperacional	\$251.985,18	\$27.459,88	\$279.445,06	84,01%
Total, capital de trabajo preoperacional	\$251.985,18	\$80.628,73	\$332.613,91	100,00%
	75,76%	24,24%	100%	

Elaborado por: Autores

La empresa accederá a una línea de financiamiento denominada “crédito productivo”, ofrecida por BanEcuador, con una tasa nominal anual del 11,88%. Esta línea permite pagos mensuales, semestrales o anuales, y puede financiar hasta \$500,000 bajo la modalidad de

crédito para PYMES, requiriendo ventas anuales mayores a \$300,000. El préstamo contempla un año de gracia y un plazo total de tres años para capital de trabajo. Los detalles sobre montos, plazos y cuotas se muestran en las tablas adjuntas.

Tabla 24

Servicio de la deuda.

DETALLE	VALOR	UNIDAD
Deuda	\$251.985,18	USD
Interés	11,88%	Anual
Plazo	3	Años
Cuota	\$104.697,50	USD/Año

Elaborado por: Autores

Tabla 25

Amortización de la deuda

DETALLE	1	2	3
Saldo Inicial	\$251.985,18	\$177.223,52	\$93.580,17
Cuota	\$104.697,50	\$104.697,50	\$104.697,50
Interés	\$29.935,84	\$21.054,15	\$11.117,32
Armotización	\$74.761,66	\$83.643,34	\$93.580,17
Saldo final	\$177.223,52	\$93.580,17	\$0,00

Elaborado por: Autores

3.3.3 Proyección de costos y gastos de producción

A continuación, se presentan los costos y gastos operativos necesarios para poner en marcha el modelo de negocio durante los primeros cinco años

Tabla 26*Proyección de costos y gastos de producción*

Detalle	2026	2027	2028	2029	2030
Costos Operacionales					
Adquisición de materia prima	\$2.827.050,00	\$2.827.050,00	\$2.827.050,00	\$2.827.050,00	\$2.827.050,00
Adquisición de insumos	\$329.518,56	\$331.740,04	\$334.081,92	\$336.142,90	\$338.199,38
Personal operativo y logístico	\$20.545,00	\$21.527,05	\$22.556,04	\$23.634,22	\$24.763,94
Supervisor operativo, logístico y control de calidad	\$10.196,00	\$10.683,37	\$11.194,03	\$11.729,11	\$12.289,76
Total Costos	\$3.187.309,56	\$3.191.000,46	\$3.194.881,99	\$3.198.556,23	\$3.202.303,08
Gastos Operacionales					
Gastos administrativos	\$83.904,00	\$87.908,29	\$92.102,09	\$96.493,41	\$101.090,53
Gastos de ventas y comercio exterior	\$29.283,11	\$29.441,97	\$29.604,01	\$29.769,29	\$29.937,88
Total Gastos	\$113.187,11	\$117.350,26	\$121.706,10	\$126.262,70	\$131.028,41
Total Costos y gastos operacionales	\$3.300.496,67	\$3.308.350,72	\$3.316.588,09	\$3.324.818,93	\$3.333.331,49

Elaborado por: Autores

4 Capítulo 4. Modelo De Ingresos Y Utilidades

4.1 Ingresos

La principal fuente de ingresos del proyecto corresponderá a la comercialización de los snacks de coco seco de 150 gramos, dirigidos al mercado estadounidense, específicamente al estado de Florida. Se establecerá un precio CFR de \$1,75 por unidad, el cual se incrementará anualmente en un 2% durante el período 2026–2030, considerando la inflación y la evolución del mercado. Se proyectará una venta anual de 2.000.000 de unidades, lo que generará ingresos crecientes cada año. La distribución estará a cargo de la empresa El Latino Foods, permitiendo posicionar el producto de manera sostenida y competitiva en el mercado objetivo.

Tabla 27*Proyección cantidades vendidas*

DETALLE	AÑOS				
	2026	2027	2028	2029	2030
Unidades vendidas	2000000	2000000	2000000	2000000	2000000
Precio unitario FOB (\$)	\$1,75	\$1,79	\$1,82	\$1,86	\$1,89
Total de ingresos (\$)	\$3.500.000,00	\$3.570.000,00	\$3.641.400,00	\$3.714.228,00	\$3.788.512,56

*Elaborado por: Autores***4.2 Utilidades**

Las utilidades del proyecto serán generadas por la diferencia entre el precio CFR de venta y el costo unitario de producción, el cual lo estimamos en \$1,59. con un margen bruto de \$0,16 por unidad, y ventas anuales de 2.000.000 de unidades, se espera una utilidad bruta de \$312.690,44 y \$103.019,52 de utilidad neta en el primer año. Se prevé que este margen crezca incrementando precios. La estrategia de control de costos y eficiencia en la cadena logística contribuirá a mantener utilidades netas saludables. Al finalizar el quinto año, se proyecta una utilidad bruta superior a los \$586.209,48 consolidando la rentabilidad del proyecto.

Tabla 28*Utilidades*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2026	2027	2028	2029	2030
INGRESOS	\$3.500.000,00	\$3.570.000,00	\$3.641.400,00	\$3.714.228,00	\$3.788.512,56
(-) Costos Operacionales	\$3.187.309,56	\$3.191.000,46	\$3.194.881,99	\$3.198.556,23	\$3.202.303,08
(=) Utilidad Bruta	\$312.690,44	\$378.999,54	\$446.518,01	\$515.671,77	\$586.209,48
(-) Gastos Administrativos	\$83.904,00	\$87.908,29	\$92.102,09	\$96.493,41	\$101.090,53
(-) Gastos de venta y comercio exterior	\$29.283,11	\$29.441,97	\$29.604,01	\$29.769,29	\$29.937,88
(-) Amortización activos diferidos	\$3.902,64	\$3.902,64	\$3.902,64	\$3.902,64	\$3.902,64
(-) Depreciación activos fijos	\$4.065,60	\$4.065,60	\$4.065,60	\$4.065,60	\$4.065,60
(=) Utilidad Operacional	\$191.535,09	\$253.681,04	\$316.843,67	\$381.440,83	\$447.212,83
(-) Gastos Financieros	\$29.935,84	\$21.054,15	\$11.117,32	\$0,00	\$0,00
(=) UAPTI	\$161.599,25	\$232.626,88	\$305.726,34	\$381.440,83	\$447.212,83
(-) Part. Trabajadores (15%)	\$24.239,89	\$34.894,03	\$45.858,95	\$57.216,12	\$67.081,92
(=) UAI	\$137.359,36	\$197.732,85	\$259.867,39	\$324.224,70	\$380.130,91
(-) Impuesto A La Renta (25%)	\$34.339,84	\$49.433,21	\$64.966,85	\$81.056,18	\$95.032,73
(=) Utilidad Neta	\$103.019,52	\$148.299,64	\$194.900,54	\$243.168,53	\$285.098,18

Elaborado por: Autores

4.3 Evaluación financiera

4.3.1 Flujo de fondos

El flujo de fondos proyectado para los cinco años contempla ingresos por ventas, egresos operativos, amortización de deuda y reinversión. En el primer año, se generarán \$6.290,26 en ingresos y un flujo neto positivo, debido a los ingresos constantes y al margen de utilidad. En los años siguientes, el flujo se incrementará debido al alza progresiva del precio CFR. El capital de trabajo será cubierto con recursos propios y financiamiento bancario. Se prevé un flujo acumulado creciente, lo cual asegura la liquidez necesaria para cubrir obligaciones, distribuir utilidades, reinvertir y consolidar el negocio en el mercado internacional objetivo.

Tabla 29*Flujo de fondos*

	2025	2026	2027	2028	2029	2030
(=) Utilidad Neta		\$103.019,52	\$148.299,64	\$194.900,54	\$243.168,53	\$285.098,18
(+) Depreciación Activos Fijos		\$4.065,60	\$4.065,60	\$4.065,60	\$4.065,60	\$4.065,60
(+) Amortización activos diferidos		\$3.902,64	\$3.902,64	\$3.902,64	\$3.902,64	\$3.902,64
(+) Valor de Salvamento						
(-) Inversión Activos	-\$33.655,65					
(-) Inversión Activos Diferidos	-\$19.513,20					
(-) Inversión Capital Trabajo Preoper.	-\$279.445,06					
(+) Recuperación Capital De Trabajo						\$279.445,06
(+) Préstamo Recibido	\$251.985,18					
(+) Valor De Salvamento						
(+) Ganancia Neta Vta. Activos						\$0,00
(-) Devolución Capital		\$104.697,50	\$104.697,50	\$104.697,50	\$0,00	\$0,00
(=) Flujo De Caja Del Inversionista	-\$80.628,73	\$6.290,26	\$51.570,38	\$98.171,29	\$251.136,77	\$572.511,48
(=) Flujo descontado	-\$80.628,73	\$5.640,42	\$41.465,34	\$70.780,20	\$162.360,36	\$331.891,65
(=) Flujo acumulado	-\$80.628,73	-\$74.988,31	-\$33.522,98	\$37.257,22	\$199.617,58	\$531.509,22
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Autores**4.3.2 Tasa de descuento WACC**

Para calcular la tasa de descuento que se aplicará al valor presente de los flujos de efectivo proyectados del inversionista, se ha utilizado el modelo CAPM (Modelo de Valoración de Activos de Capital), el cual permite estimar el costo del capital propio. Este modelo considera tres factores fundamentales: la tasa libre de riesgo, el riesgo sistemático del mercado y la prima de riesgo país. Al integrar estos componentes, se obtiene una tasa que refleja adecuadamente el nivel de riesgo asociado a la inversión. Como resultado del cálculo, se ha establecido una tasa de descuento del 19,68%, tal como se muestra en la tabla correspondiente.

Tabla 30*Tasa de Descuento*

ESTRUCTURA	FINANCIAMIENTO	DEL
PROYECTO		
% deuda (D)		0,758
% capitales propios (E)		0,242
Relación Deuda /Equity (D/E)		3,134
Carga tributaria (t)		0,250
RIESGO DE MERCADO		
Prima de riesgo mercado USA (MP)		0,0173
Beta USA no apalancado (β)		0,35
Beta USA Re apalancado (β_R)		0,637
TASA LIBRE DE RIESGO		
Rendimiento T-Bonds USA 30a (Rf)		4,34%
RIESGO PAIS		
Riesgo soberano ECUADOR (EMBI)		0,1424
COSTO CAPITALES PROPIOS (Ke)		
Tasa libre de riesgo (Rf)		0,0434
Prima riesgo mercado (bR*MP)		0,0110201
Prima riesgo país (EMBI)		0,1424
Tasa de descuento		0,1968201
		19,68%

*Elaborado por: Autores***Tabla 31***WACC*

WACC						
Fuente de financiamiento	Cantidad \$	% del total	Costo de cada fuente	impuesto	costo sin impuesto	
Préstamo	\$251.985,18	75,76%	11,88%	25,00%	8,91%	6,75%
Capital propio	\$80.628,73	24,24%	19,68%	0,00%	19,68%	4,77%
TOTAL	\$332.613,91	100,00%				0,115212362

Elaborado por: Autores

4.3.3 Indicadores financieros (VAN, TIR, PAY BACK)

Los indicadores financieros utilizados en este estudio permiten determinar la viabilidad económica del proyecto.

Tabla 32

Indicadores Financieros

Detalle	Valor
Tasa descuento	19,68%
VAN	\$531.574,03
TIRM	86%
PAY BACK (años)	2 años 4 meses

Elaborado por: Autores

El Valor Actual Neto (VAN), calculado con una tasa de descuento del 19.68%, alcanza un valor positivo de \$531.574,03, lo que indica que el proyecto genera beneficios superiores al costo del capital invertido. Este resultado refleja que el negocio es rentable y puede crear valor para los inversionistas.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se ubicó en 86%, más del triple del WACC considerado, lo cual reafirma la rentabilidad del modelo de negocio. Una TIR superior al costo de capital indica que el proyecto no solo es viable, sino también competitivo frente a otras alternativas de inversión.

En cuanto al período de recuperación de la inversión (Payback), se estima que el capital total invertido será recuperado en aproximadamente 2 años y 4 meses, lo cual representa un plazo corto, considerando que la operación se proyecta a cinco años.

En conjunto, estos indicadores demuestran que el modelo de negocio es rentable, con una recuperación rápida de la inversión y una proyección estable de beneficios. Esto valida su potencial como proyecto exportador sólido y atractivo en el mercado internacional de alimentos saludables.

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió desarrollar y evaluar un modelo de negocio enfocado en la exportación de snacks de coco seco de 150 gramos desde Ecuador hacia el mercado de Florida, Estados Unidos. A través de una investigación estructurada, se pudo demostrar que existe una oportunidad real y favorable para la comercialización de productos saludables, funcionales y de origen natural en dicho mercado.

Se identificó que los consumidores estadounidenses, particularmente en el estado de Florida, muestran una creciente preferencia por alimentos saludables, con ingredientes naturales, sin preservantes artificiales y con beneficios nutricionales. Esta tendencia ha permitido posicionar al snack de coco seco como una alternativa viable frente a productos tradicionales con mayor contenido calórico y menor valor agregado.

La propuesta de valor del proyecto, centrada en un producto práctico, nutritivo, de agradable sabor y con una imagen innovadora, fue bien estructurada. Además, se logró establecer una estrategia de comercialización eficiente, utilizando un canal de distribución indirecto largo, con el apoyo de la empresa El Latino Foods como importador y distribuidor en el país destino. Esta elección permite llegar al consumidor final a través de supermercados y tiendas especializadas en productos latinos, optimizando tiempos y costos logísticos.

En el aspecto financiero, la inversión inicial requerida asciende a \$332.613,91 financiada en un 76% mediante un crédito productivo con BanEcuador al 11,88% de interés anual y el 24% restante con capital propio. Esta estructura financiera permite cubrir todos los requerimientos iniciales del proyecto, tanto en activos como en capital de trabajo, garantizando el arranque operativo sin comprometer la estabilidad del flujo de caja.

La evaluación financiera demostró que el proyecto es viable, rentable y atractivo para los inversionistas. El Valor Actual Neto (VAN) alcanzó los \$531.574,03 la Tasa Interna de Retorno (TIR) se ubicó en 86%, y el periodo de recuperación de la inversión (Payback) fue de 2 años y 4 meses. Estos indicadores confirman que el modelo de negocio no solo permite recuperar el capital invertido en un plazo razonable, sino que también genera excedentes significativos para reinversión o distribución.

Se concluye que el proyecto es factible tanto en términos operativos como estratégicos. La combinación de un producto innovador, una logística adecuada, un análisis profundo del mercado objetivo y un respaldo financiero sólido, permite consolidar una oferta exportable competitiva que puede contribuir al fortalecimiento de las exportaciones ecuatorianas no tradicionales.

RECOMENDACIONES

En función del análisis realizado, se recomienda fortalecer continuamente el monitoreo del mercado estadounidense, específicamente en Florida, para evaluar cambios en los hábitos de consumo, nuevas tendencias en alimentos saludables y movimientos de la competencia. Esto permitirá ajustar oportunamente la estrategia comercial y mantener la propuesta de valor alineada con las exigencias del consumidor.

Se sugiere invertir en campañas promocionales enfocadas en destacar los beneficios del producto, tales como su contenido natural, su valor nutricional y su practicidad. El uso de redes sociales, plataformas digitales y canales dirigidos al público latino y a consumidores fitness, será clave para generar reconocimiento de marca y fidelizar clientes. Participar en ferias de alimentos saludables también fortalecerá el posicionamiento.

Es importante continuar fortaleciendo las alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores. La relación con NaturalCoco como fabricante debe ser gestionada bajo acuerdos de calidad, plazos y volumen, mientras que con El Latino Foods se debe mantener una comunicación fluida y acuerdos de distribución claros que permitan asegurar el flujo constante del producto hacia los puntos de venta.

Se recomienda implementar controles internos rigurosos sobre los costos logísticos y operacionales. Esto implica revisar periódicamente las tarifas de transporte, las condiciones del empaque, los márgenes de los intermediarios y otros factores que inciden directamente sobre la rentabilidad. La eficiencia logística será un factor determinante para sostener precios competitivos en el mercado internacional.

Además, se aconseja realizar un análisis de expansión a mediano plazo hacia otros estados con alta concentración de consumidores latinos o interesados en productos saludables, tales como Nueva York, California y Texas. Esto permitirá escalar el negocio, aprovechar economías de escala y diversificar el riesgo comercial. Es recomendable establecer un plan de mejora continua y retroalimentación del cliente. A través de encuestas, análisis de comentarios en redes sociales y evaluación de ventas por canal, se podrán identificar oportunidades de innovación en presentación, empaque o nuevos sabores. Esto no solo ayudará a mantener la

competitividad del producto, sino también a construir una marca sólida con proyección internacional.

Bibliografía

U.S. Department of Agriculture, Agricultural Research Service. *FoodData Central*, "Dried Coconut, Unsweetened" (FDB# 170416). USDA, 2019. Disponible en: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/170416/nutrients> (Accedido el 7 de octubre del 2024).

MarkWide Research. *Coconut Snacks Market – Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, and Forecast, 2023 – 2030*. MarkWide Research, 2023. Disponible en: <https://markwideresearch.com/coconut-snacks-market/>

FiBL-CIMS. (2005). Directorio de importadores de productos orgánicos en América Latina y el Caribe (Edición 2005). FiBL y CIMS. <https://orgprints.org/id/eprint/24487/1/FiBL-CIMS-2005-directorio-importadores.pdf>

Natural Coco Ecuador. (s.f.). *Sobre nosotros*. Natural Coco Ecuador. <https://naturalcocoecuador.com/sobre-nosotros/>

Pro Ecuador. (2024). *Exportación de productos alimenticios desde Ecuador*. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec>

Global Trade Helpdesk. (2024). *U.S. Harmonized Tariff Schedule*. Recuperado de <https://www.globaltradeshelphelpdesk.org>

Food and Drug Administration (FDA). (2024). *Food Labeling Guide*. U.S. Department of Health & Human Services. Recuperado de <https://www.fda.gov>

Datosmacro. (s.f.). *Prima de riesgo de Estados Unidos (USA)*. *Datosmacro.com*. Recuperado el 31 de julio de 2025, de <https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo/usa>
[scribbr.com+9datosmacro.expansion.com+9datosmacro.expansion.com+9](https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo/usa)

ANEXOS

Anexo A

MAQUINARIA					
EQUIPO					
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Empacadora	1	\$16.700,00	\$16.700,00	\$835,00	\$17.535,00
TOTAL			\$16.700,00	\$835,00	\$17.535,00
EQUIPO DE OFICINA					
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Aire acondicionado semi industrial	1	\$2.932,00	\$2.932,00	\$146,60	\$3.078,60
TOTAL			\$2.932,00	\$146,60	\$3.078,60
SUMINISTROS					
DE OFICINA					
DETALLE	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Dispensador de agua fría y caliente	1	\$189,00	\$189,00	\$9,45	\$198,45
Tacho de basura grande (50 litros)	2	\$23,00	\$46,00	\$2,30	\$48,30
Tacho de basura pequeño	4	\$7,00	\$28,00	\$1,40	\$29,40
Grapadora	4	\$5,00	\$20,00	\$1,00	\$21,00

Perforadora	3	\$5,00	\$15,00	\$0,75	\$15,75
Coche de limpieza	1	\$113,00	\$113,00	\$5,65	\$118,65
Aspiradora	1	\$320,00	\$320,00	\$16,00	\$336,00
Escobas	4	\$5,00	\$20,00	\$1,00	\$21,00
Recogedor de basura	4	\$2,00	\$8,00	\$0,40	\$8,40
Cubo escurridor de trapeador	2	\$15,00	\$30,00	\$1,50	\$31,50
Trapeador spray	3	\$15,00	\$45,00	\$2,25	\$47,25
TOTAL			\$834,00	\$41,70	\$875,70

**MUEBLES Y
ENSERES DE
OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Escritorio individual	5	\$45,00	\$225,00	\$11,25	\$236,25
Escritorio colaborativo	5	\$325,00	\$1.625,00	\$81,25	\$1.706,25
Modular ejecutivo	4	\$435,00	\$1.740,00	\$87,00	\$1.827,00
Silla giratoria de oficina	6	\$70,00	\$420,00	\$21,00	\$441,00
Silla fija	4	\$65,00	\$260,00	\$13,00	\$273,00
Archivador	4	\$100,00	\$400,00	\$20,00	\$420,00
Pizarra móvil doble lado	1	\$90,00	\$90,00	\$4,50	\$94,50
Cajoneras	2	\$80,00	\$160,00	\$8,00	\$168,00
TOTAL			\$4.920,00	\$246,00	\$5.166,00

**EQUIPOS DE
COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Computadora de escritorio	4	\$465,00	\$1.860,00	\$93,00	\$1.953,00
Computadora portátil	4	\$475,00	\$1.900,00	\$95,00	\$1.995,00
Disco duro	2	\$110,00	\$220,00	\$11,00	\$231,00
Impresora	1	\$275,00	\$275,00	\$13,75	\$288,75
Teléfono convencional	4	\$69,00	\$276,00	\$13,80	\$289,80
Radiocomunicador	8	\$23,00	\$184,00	\$9,20	\$193,20
Cámaras de seguridad	4	\$430,00	\$1.720,00	\$86,00	\$1.806,00
Detector de metales	1	\$232,00	\$232,00	\$11,60	\$243,60
TOTAL			\$6.667,00	\$333,35	\$7.000,35

Anexo B

COSTOS Y ESTUDIOS DEL PROYECTO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Estudio de mercado	1	\$2.999,00	\$2.999,00	\$149,95	\$3.148,95
Estudio financiero	1	\$1.999,00	\$1.999,00	\$99,95	\$2.098,95
TOTAL			\$4.998,00	\$249,90	\$5.247,90

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Creación de la empresa	1	\$1.050,00	\$1.050,00	\$52,50	\$1.102,50
Abogado	1	\$350,00	\$350,00	\$17,50	\$367,50
Permiso de funcionamiento	1	\$116,00	\$116,00	\$5,80	\$121,80
TOTAL			\$1.516,00	\$75,80	\$1.591,80

OTROS ACTIVOS
DIFERIDOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMPREVISTO (5%)	COSTO INVERSIÓN
Adecuación galpón industrial	1	\$9.400,00	\$9.400,00	\$470,00	\$9.870,00
Registro sanitario	1	\$170,00	\$170,00	\$8,50	\$178,50
Garantía arriendo de galpón industrial	1	\$2.100,00	\$2.100,00	\$105,00	\$2.205,00
Creación de página web	1	\$400,00	\$400,00	\$20,00	\$420,00
TOTAL			\$12.070,00	\$603,50	\$12.673,50

Anexo C

Fuente: (Paquing, 2025)

Anexo D

PROFORMA N.º 001-0003025

Delani Trading

RUC: 20514042382

Dirección: Av. Nicolás Ayllón 2931, El Agustino 15022, Lima, Perú

Teléfono: +51 947346732

Correo: contacto@delanitrading.pe

Fecha de emisión: 15 de Mayo de 2025

Cantidad	Descripción	Precio Unitario (Dólares americanos)	Total (Dólares americanos)
1	Maquina Empacadora Vertical	14,152.54	14,152.54

Subtotal: \$14,152.54

IGV (18%): \$2,547.46

Total proforma: \$16,700.00

Condiciones generales:

- Precios incluyen IGV.
- Oferta válida por 15 días.
- Tiempo de entrega: 7 días hábiles tras confirmación de pago.
- Forma de pago: Transferencia bancaria.
- Garantía: 1 año para maquinaria pesada.

Fuente: (Delani Trading, 2025)

Anexo E

PROFORMA DE COTIZACIÓN

Proveedor: NaturalCoco S.A.

Cliente: Mario Aveiga

Fecha: 25/02/2025

Validez: 30 días

Producto	Presentación	Cantidad Anual	Peso Total (kg)	Precio Unitario (USD)	Total (USD)
Coco natural deshidratado	150 g	2.005.000	300.750	1.41	2.827.050.00

Condiciones Comerciales:

- Precio unitario incluye transporte hasta Manta.
- Entregas programadas mensuales o trimestrales.
- Condiciones de pago: 30% anticipo – 70% contra documento.
- Certificaciones: ISO 22000, HACCP, Orgánico (si aplica).
- Vida útil: 12 meses.

Total Anual: USD 2.827.050.00**Fuente:** (Natural Coco, 2025)

Anexo H

Detalle	Gastos de ventas y comercio exterior				
	2,00%				
	Años operacionales				
	2026	2027	2028	2029	2030
Transporte nacional de contenedor	\$ 4.950,00	\$ 5.049,00	\$ 5.149,98	\$ 5.252,98	\$ 5.358,04
Transporte Internacional de contenedor	\$ 21.340,00	\$ 21.766,80	\$ 22.202,14	\$ 22.646,18	\$ 23.099,10
Certificación VGM	\$ 9,50	\$ 9,69	\$ 9,88	\$ 10,08	\$ 10,28
Emisión de certificados de vigencia de registro sanitario	\$ 78,57	\$ 80,14	\$ 81,74	\$ 83,38	\$ 85,05
Certificado de libre venta	\$ 103,34	\$ 105,41	\$ 107,51	\$ 109,67	\$ 111,86
Certificado de calidad	\$ 447,00	\$ 455,94	\$ 465,06	\$ 474,36	\$ 483,85
Certificado sanitario de exportación	\$ 96,34	\$ 98,27	\$ 100,23	\$ 102,24	\$ 104,28
Certificado de origen	\$ 19,70	\$ 20,09	\$ 20,50	\$ 20,91	\$ 21,32
Certificado de la subsecretaria de calidad e inocuidad	\$ 88,00	\$ 89,76	\$ 91,56	\$ 93,39	\$ 95,25
Recepción de contenedor	\$ 474,55	\$ 484,04	\$ 493,72	\$ 503,60	\$ 513,67
Porteo de contenedor	\$ 568,33	\$ 579,70	\$ 591,29	\$ 603,12	\$ 615,18
Inspección de contenedor pre embarque	\$ 960,00	\$ 979,20	\$ 998,78	\$ 1.018,76	\$ 1.039,13
Provisión y colocación de sellos	\$ 61,32	\$ 62,55	\$ 63,80	\$ 65,07	\$ 66,37
Manipuleo de contenedor en terminal de origen	\$ 86,46	\$ 88,19	\$ 89,95	\$ 91,75	\$ 93,59
Total	\$ 29.283,11	\$ 29.868,77	\$ 30.466,15	\$ 31.075,47	\$ 31.696,98

Anexo I

Datos de carga

unidades por caja	144 (12*12)
cajas estibadas por pallet	64
peso del pallet+cajas	1407
cantidad pallet en contenedor	20
peso total de la carga	28148
volumen de la carga	41,28
cajas en contenedor	1280
unidades por contenedor	184320
contenedores por año	10,85 = 11

CAJAS

CAJAS	cm	mt
Cajas		
Largo	30	0,3
Ancho	30	0,3
Alto	25	0,25
Peso	21,6	Kls

Europallet

Europallet		
Largo	1200	1,2
Ancho	800	0,8
Alto	150	0,15
Capacidad Pe	1500	
Peso pallets	25	Kls

CONTENEDOR 40

Largo	12,01 mts
Ancho	2,35 mts
Alto	2,39 mts
Capacidad Peso	30,481 tns
Capacidad Volumen	67,67 mts ³

Anexo J

23/9/24, 3:29 p.m.

Encuesta sobre el Mercado de Snacks de Coco

